

924

La tipografía es expresión de la cultura en los mensajes gráficos, cuyos alcances psicológicos muchas veces ignora el diseñador, y materializa a través de la palabra.

5

A^k

2

4

La palabra dentro del contexto tipográfico que nos ocupa, es la combinación de letras simples acomodadas de izquierda a derecha de acuerdo a tradiciones heredadas del alfabeto romano y sus antecedentes.

de

IN

del cual el Diseñador Gráfico comienza a ver el mundo su mensaje, y a su vez es el paso más sólido y práctico para que este llegue al receptor. De la buena realización técnico-artística, depende que el mensaje sea expresado en el proceso de producción con la deseada.

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

D.G. FRANCISCO FUENTES DE LA VEGA

UAM
NC1000
F8.4



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
UNIDAD AZCAPOTZALCO

División de Ciencias y Artes para el Diseño

Departamento de Procesos y Técnicas de Realización

D.G. FRANCISCO FUENTES DE LA VEGA

Realizó estudios en París (Francia) y en Chicago (E.U.A.) sobre diferentes temas del Diseño Gráfico.

Ha desempeñado diversos cargos importantes, entre los que destacan: Presidente del CONIPCE (Comisión Nacional de Instituciones Públicas para la Comunidad Educativa), Director creativo en Serigrafía Mexicana, actualmente es Director de Servicio y Asesoría en Comunicación Gráfica S.C. Fué jurado internacional de cartel en la Universidad Cultural en 1980.

Dentro de su actividad profesional ha realizado varias investigaciones en el área de la comunicación gráfica, así como también ha impartido conferencias y cursos en relación a esta.

Le han sido otorgados varios premios por la Asociación Mexicana de Laboratorios y Medicamentos Populares.

Dentro de la docencia, es profesor fundador de la División de Ciencias y Artes para el Diseño en la Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, donde ocupó el cargo de Coordinador de la Carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica de 1978 a 1984, durante este periodo implementó los laboratorios y talleres de apoyo a la carrera.

Dentro de las materias que ha impartido sobresalen las de diseño editorial, cálculo tipográfico, letrografía e ilustración.

Actualmente es profesor Titular de tiempo completo en el Departamento de Procesos y Técnicas de Realización.

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

D.G. Francisco Fuentes de la Vega.



2894772

242148



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

División de Ciencias y Artes para el Diseño

AZCAPOTZALCO

Departamento de Procesos y Técnicas de Realización.

Dr. Gustavo A. Chapela Castañares.
Rector General.

Dr. Enrique Fernández Fassnacht.
Secretario General.

Mtra. Sylvia B. Ortega Salazar.
Rectora Unidad Azcapotzalco.

Ing. Enrique Tenorio Guillén
Secretario de Unidad.

M.D.I. Emilio Martínez de Velasco.
Director de la División de
Ciencias y Artes para el Diseño.

Arq. Rosa Elena Alvarez Martínez.
Jefa del Departamento de Procesos
y Técnicas de Realización.

M.D.G. Gonzalo Alarcón Vital.
Jefe del Area de Técnicas y
Producción de la Comunicación



Coordinación.
D.G. Mariana Larrañaga Ramírez.

Formación Editorial.
D.G. Alma Elena Hernández López.

Ilustración de la Portada.
D.G. Alma Elena Hernández López

Fotomecánica e Impresión de la Portada.
Talleres de Diseño CYAD.

Impresión interior.
Taller de Impresión y Reproducción C.S.U.

Derechos Reservados
©1992 Universidad Autónoma Metropolitana
División de Ciencias y Artes Para el Diseño
Av. San Pablo No. 180
Azcapotzalco 02200
México 16 D.F. Apdo. Postal 16-307

CONTENIDO

INTRODUCCION	1
Qué es un Original	3
Diferentes tipos de Original	5
Los 4 tipos de original	8
El Original en color para su reproducción en blanco y negro	12
Anatomía de un Original	15
La letra y el Original	19
Conceptos terminológicos complementarios	25
Sugerencias para el uso de la tipografía	29
La palabra en el Original: - Su formación	33
La línea y la columna tipográfica	35
El Mecánico Tipográfico - Su anatomía - Su uso - Sus diferentes aspectos	39

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

Contraste	45
Proporciones	47
Proporción Aurea	51
- El número de Oro	52
- La construcción geométrica y la fórmula matemática	55
Ritmo	61
Red Tipográfica	63
- Los márgenes de una red o un mecánico	66
El original en el concepto genérico	69
- Su estructura	
- Sus elementos	
- Su realización	
Elementos del Mecánico	75
El Recorrido Visual	81
- Como recorre la vista un anuncio	
- Recorridos visuales	
Distribución monótona y ahogada	84
Formato mal compuesto	86
Posible solución a los defectos anteriores	88

INTRODUCCION

En el mundo del DISEÑO DE LA COMUNICACION GRAFICA y del DISEÑO GRAFICO en general , el original para reproducción ocupa un lugar muy especial, ya que es el eslabón indispensable entre lo diseñado y los sistemas de reproducción, ya sean estos gráficos o audiovisuales.

En los medios gráficos este concepto se intensifica, pues sin él no habría reproducción masiva y por lo tanto el diseño gráfico pierde su esencia y se convierte en un proceso sin realización, sin cumplir su cometido como canal de comunicación con las mayorías, y el diseñador gráfico queda como un simple hacedor sin cumplir con su principal misión, que es diseñar para y en beneficio de las mayorías.

Por eso afirmamos que de la buena realización del original, en todas sus partes, depende en mucho la eficiencia del mensaje gráfico diseñado; esperamos que el sencillo trabajo aquí presentado cumpla eficazmente con su cometido.

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

¿QUE ES UN ORIGINAL?

Mucho se ha hablado, mucho se ha dicho y muchas culpas se han vertido en relación al original para reproducción. Cuando un cliente reclama a su impresor de la mala calidad de su impreso, la respuesta normal suele ser: *"Su original está mal..."*; *"No está bien hecho..."*; *"Está mal marcado..."*, etc.

Es por esto que es importante conocer qué es un original para impresión, qué papel juega en la misma, cómo está conformado, cómo se marca, cómo se realiza, cómo se interpreta.

Como aseveramos más adelante, el original es la base para una buena reproducción; de su buena realización depende en mucho una buena impresión.

Para realizar un buen original, es preciso conocer perfectamente el sistema y el equipo con el cual se va a reproducir el original.

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

Deberá llevar medidas exactas, y si es para rotograbado, estas medidas deberán ser checadas aún con más precisión; deberá cuidarse que el original tenga registros, cortes, dobleces, guías de color, porcentajes de los mismos, indicación de medios tonos, plastas, injertos, etc.

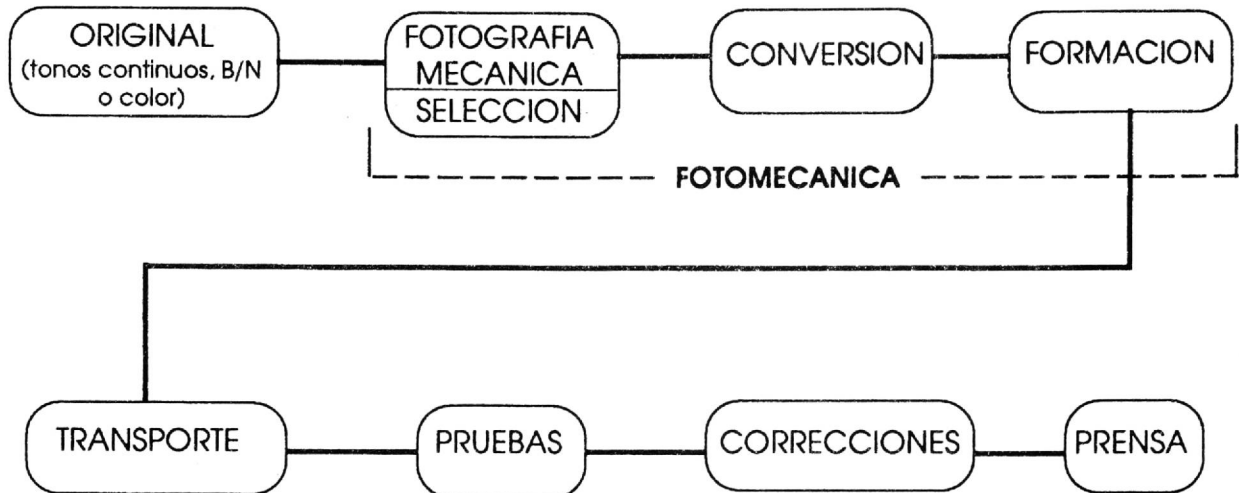
Así que un original no solo es una cartulina con tipografía, dibujos, marcas etc., sino que es el espacio donde se conjugan y expresan todos los conocimientos adquiridos, para que a través de él se realice la reproducción por impresión de un mensaje, y este llegue a gran cantidad de usuarios del diseño en todas sus formas gráficas, sean estas empaques, periódicos, folletos, puntos de venta, y tantas otras formas gráficas de comunicación.

DIFERENTES TIPOS DE ORIGINAL

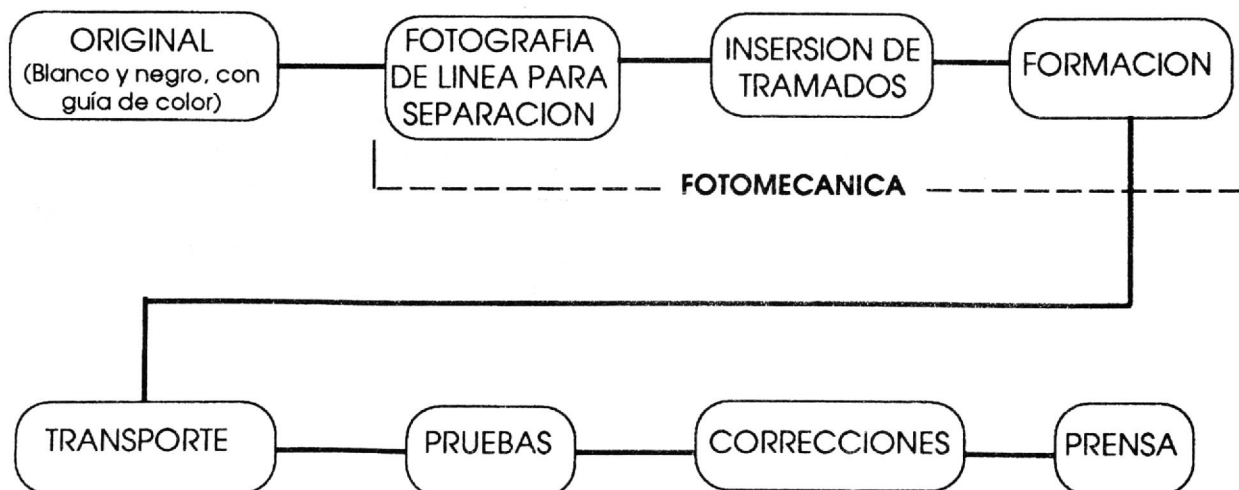
Es muy necesario conocer cada tipo de original, y que proceso requiere para su preparación a prensa; son muchos y muy diversos los criterios que en el contexto de fotomecánica y fotolitos se aplican en el proceso de producción, por lo tanto, cada técnico en fotomecánica lo interpreta muy subjetivamente, y esto obviamente se refleja en la impresión.

Para lograr unificar estos criterios, repasemos los diferentes procesos que forman parte del período de producción, desde el momento que llega el original al fotolito, hasta el momento en que salen de él las placas, estensiles, clisés, rodillos, hules, etc., para ser montados en la prensa de impresión de cualquier sistema.

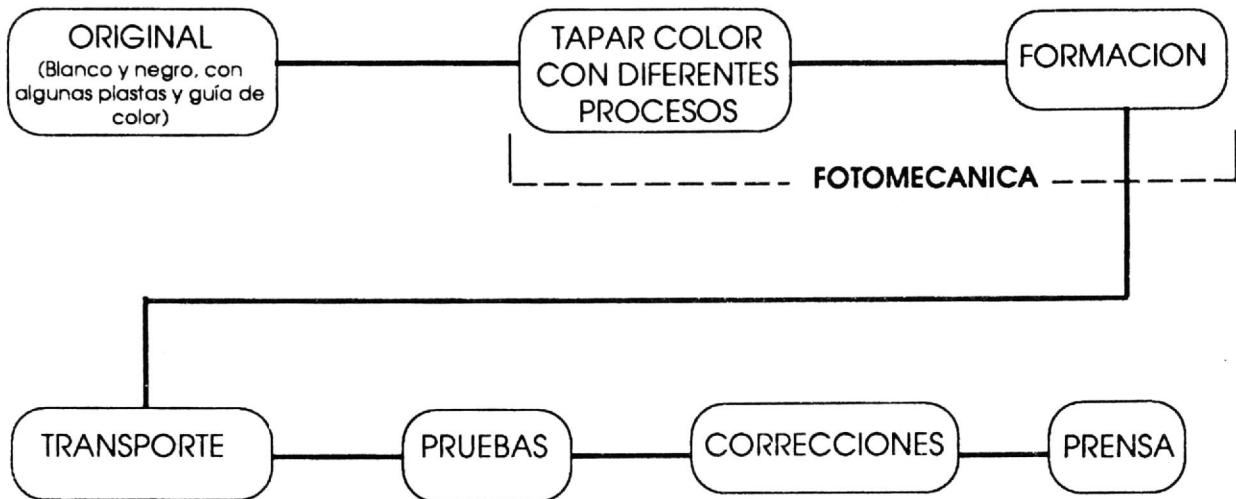
1.- CUANDO ES PARA SELECCION



2.- CUANDO ES PARA SEPARACION DE COLOR



3.- CUANDO ES PARA TAPADO DE COLOR



Después de plantear estos sencillos diagramas de flujo, es posible darnos cuenta de que los originales mecánicos podemos agruparlos en tres grandes tipos, mismos que a continuación analizaremos, tipificándolos con sus características propias, concluyendo que casi todos los originales mas usuales integran algo de cada uno de los tres tipos, dando lugar a un cuarto: **El Mixto**.

LOS 4 TIPOS DE ORIGINAL

1.- ORIGINAL PARA SELECCION

Es un original realizado en tonos continuos, a todo color o en negros, grises y blancos, sea fotografía, ilustración, dibujo, viñeta, fondos, etc.

Este requiere de gran calidad de esfumados, de conocimientos profundos de teoría del color luz y su aplicación en fotomecánica, de colores sustractivos, de tintas de impresión y su secado, del sistema de impresión que lo reproducirá, pero sobre todo, de como se selecciona el color o tono a imprimir.

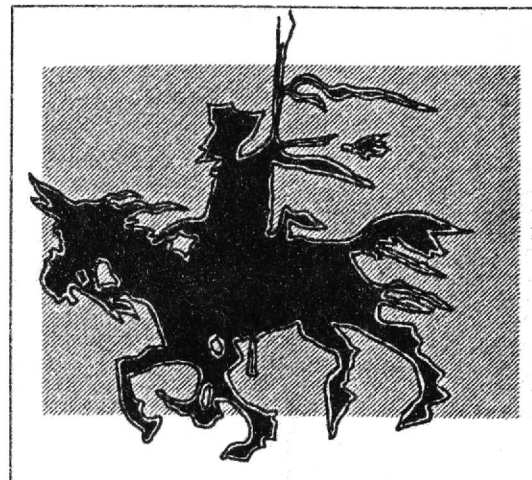
Sin estos conocimientos, difícilmente se podrá realizar un original de calidad superior, que propicie la realización de un impreso de excelente calidad.



2.- ORIGINAL PARA SEPARACION

Se trata de un original blanco y negro, realizado en alto contraste, es decir, líneas, ashurados y plastas con guía de color en cada camisa.

Para realizar un buen original de separación mecánica de color y lograr una reproducción exacta del color propuesto por el diseñador, es preciso





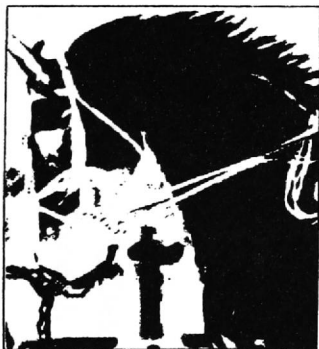
dominar la superposición de los colores sustractivos, y su resultado exacto. Sin embargo, existen libros donde se marcan los porcentajes de estos colores ya tramados y su resultado casi exacto, pues mucho tendrá que ver el matiz del tono de cada fabricante de pintura.

Se acostumbra igualmente para este tipo de guía de color, marcar con cualquiera de los códigos existentes de color. El más usado es el **Código de PANTONE**, aún cuando este sistema fué realizado para colores directos, pues el color es el resultado de la mezcla de "partes" de colores, y no de porcentajes de pantallas o tramas fotomecánicas.



3.- ORIGINAL PARA TAPADO DE COLOR

Original que se realiza generalmente en colores, aunque en ocasiones suele realizarse en alto contraste y en blanco y negro, razón por la cual suele confundirse con el **original de separación mecánica**. Sin embargo, este original, en el 90% de los casos, debe realizarse uno a uno, ya que el técnico de fotomecánica tiene que ir "tapando" cada color con opaque, rubired, o cualquier otra película de recorte, para que este sea impreso de modo directo. Por tanto, no es un original para ser impreso a todo color con 4 colores, sino con los colores directos que tiene el original, y que no está realizado en tonos continuos, sino en plastas directas, sean estas pequeñas o grandes.



4.- EL ORIGINAL MIXTO

Este original es el que generalmente todos realizamos, y normalmente incorpora los dos primeros tipos, es decir, el de selección y el de separación. Sin embargo, en ocasiones también se realizan partes del de tapado de color.

LOS SISTEMAS DE REPRODUCCION Y SU RELACION CON EL ORIGINAL

Naturalmente que en principio, cualquier original puede imprimirse en cualquier sistema, si embargo, cada sistema tiene sus condicionantes para cada original.

En la tabla sinóptica que a continuación se presenta, se tratará de marcar esas condicionantes, así como el tipo o los tipos de original más apropiados.



RANCHO ECUESTRE SAN JACINTO
te invita a pasar un verano
¡DIVERTIDISIMO!
**TOMANDO CLASES DE
EQUITACION**

PIDE INFORMES E INSCRIBETE EN CUALQUIERA
DE NUESTROS DOS CURSOS:
1) DEL 6 AL 24 DE JULIO
2) DEL 3 AL 21 DE AGOSTO

**CLASES DE MARTES A VIERNES DE 9:30 A 13 HRS.
TODOS LOS NIVELES, DE 7 AÑOS EN ADELANTE**

INFORMES:

Rocio Herrera Rancho Viejo No. 111, Club de Golf Vallescondido TEL 822 - 27 - 73, 598 - 65 - 77	Gina Brito TEL 397 - 20 - 27 397 - 20 - 96
--	--

SISTEMAS DE IMPRESION		TIPO IDEAL DE ORIGINAL	PARTICULAR	ORIGINAL MIXTO
IMPRESION TIPOGRAFICA	PLANOGRAFICA PLANA ABANICO	ORIGINAL DE SEPARACION	Puede ser de un color o varios colores; lo que no es recomendable es que tenga tricromías o cuatricromías en selección, pero si medios tonos.	Se puede usar, pero hay que evitar las grandes plastas.
	ESTEREOTIPIA ROTATIVA	ORIGINAL DE SEPARACION	Por el sistema de estereotipo hay que evitar las selecciones y grandes plastas, por el tipo de tinta y la velocidad.	Se suele usar con separación y tapado, pero sin grandes plastas.
FLEXOGRAFIA	ESTEREOTIPIA ROTATIVA	ORIGINAL DE SEPARACION ORIGINAL DE TAPADO DE COLOR	<ul style="list-style-type: none"> • Debe realizarse con medidas de repetición según el diámetro y desarrollo de la placa. • Cuando se usa placa fotomecánica puede realizarse selección de color. 	Solo se usa cuando la placa es de Diclil o similar, con un registro bastante exacto.
OFFSET	PLANOGRAFICO ROTATIVO	LOS TRES TIPOS DE ORIGINAL EN LOS DOS SUBSISTEMAS	Al ser este sistema de impresión el más común en la actualidad, pues va desde la duplicadora de oficina, hasta las grandes rotativas de los periódicos, usa cualquiera de los cuatro tipos de original, sobre todo el mixto.	Es el sistema que más usa este tipo de original.
ROTOGRABADO	ESTEREOTIPIA ROTATIVO	ORIGINAL DE SEPARACION MECANICA Y SELECCION DE COLOR	Por su característica propia de estereotipia y hueco grabado, no se presta para realizar plastas derivadas de tapado de color.	Lo usa normalmente, combinando solo la separación y la selección.
SERIGRAFIA	MANUAL, INDUSTRIAL, SEMIAUTOMATICA Y TOTALMENTE AUTOMATIZADA	TAPADO DE COLOR	Cuando se domina la técnica de la serigrafía, es posible imprimir selecciones con un puntaje de más de 80 líneas por pulgada y en selección de color	La Serigrafía actual, altamente tecnificada, lo usa generalmente y con gran éxito.

EL ORIGINAL EN COLOR PARA SU REPRODUCCION EN BLANCO Y NEGRO

Hay muchas ocasiones en que, después de realizar un original a todo color, sea ilustración o fotografía, porque así se requiere, hay necesidad de reproducirlo en blanco y negro, ya sea por necesidad de promoción o publicidad, en determinado medio, como sería una inserción en una revista que solo se imprime en blanco y negro.

El técnico de fotomecánica acostumbra tomar para la reproducción el negativo del **azul (cyan)**, y en ocasiones el del **magenta**, haciendo una copia en papel para utilizarlo como original, y trmándolo al tamaño correspondiente.

Claro que esta solución no refleja con fidelidad el trabajo en color realizado en el original, por razones obvias, ya que este negativo, si es el magenta, solo tendrá los colores rojo y azul ultramar primarios luz; si es el cyan, tendrá el azul ultramar y el verde, ya que estas placas solo contienen colores sustractivos.

Algunos otros técnicos, usando pantalla gris y película orthocromática, copian el original, pero la película orthocromática no ve el rojo. La reproducción resulta sumamente oscura, perdiendo toda una gama de valores tonales.

Lo correcto en estos casos es que el diseñador ordene hacer una toma con película de tono continuo (pancromática), para obtener en grises toda la gama tonal de todos los colores del original.

De este negativo hay que sacar una impresión en papel, y este nos servirá como original en blanco y negro para procesarlo del modo normal.

Sin embargo, la experiencia y los canones aconsejan que al hacer la toma en película pancromática, se use un filtro amarillo, ya que este dará una gran calidad al trabajo.

De este modo, el diseñador obtendrá de su original en color una base excelente para lograr una muy buena impresión en un solo color, sea este negro, o cualquier otro.

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

El original para reproducción gráfica es, por sí mismo, el primer canal por medio del cual el Diseñador Gráfico comienza a ver realizado su mensaje, y a su vez es el paso mas sólido y práctico para que éste llegue al receptor. De la buena realización técnico-artística, depende que el mismo sea expresado, en el proceso de producción, con la máxima calidad deseada.

El original gráfico, no es en sí una cartulina ilustrada, con tipografía montada, registros marcados, guía de color, etc., sino que va más allá de esas fronteras gráficas, que hasta la fecha eran consideradas clásicas; depende en sí, del estudio de la metodología del proceso de diseño, de la técnica de dibujo elegida, del proceso de reproducción escogido o conveniente, en fin de la perfecta interrelación de todos los pasos a seguir y de la armonía de selección de los mismos.

Un original consta en sí de los siguientes elementos:

1. Interpretación del estudio de la investigación
2. Hipótesis alternativas
3. Hipótesis de trabajo
4. Pre-bocetos de realización
5. Bocetos
6. Ilustración o fotografía
7. Tipografía
8. Mecánico de producción

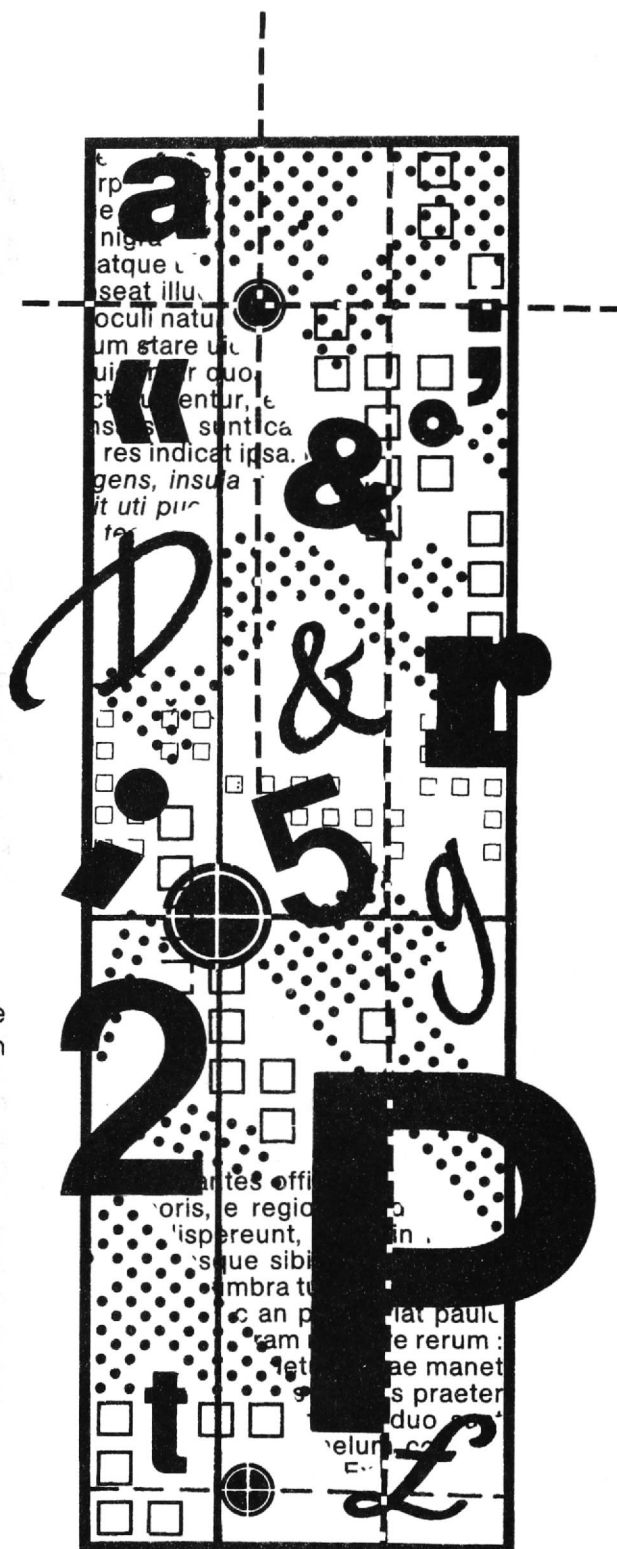
Los puntos **1, 2 y 3** corresponden a los estudios teóricos en tanto que los restantes son considerados estrictamente como parte del **ORIGINAL**, y aún más son los puntos **6, 7 y 8**, los que constituyen en sí y por sí mismos, lo que en lenguaje común, se considera propiamente el original.

Como hemos visto, sus principales componentes son tres:

ILUSTRACIONES

TIPOGRAFIA

MECANICO

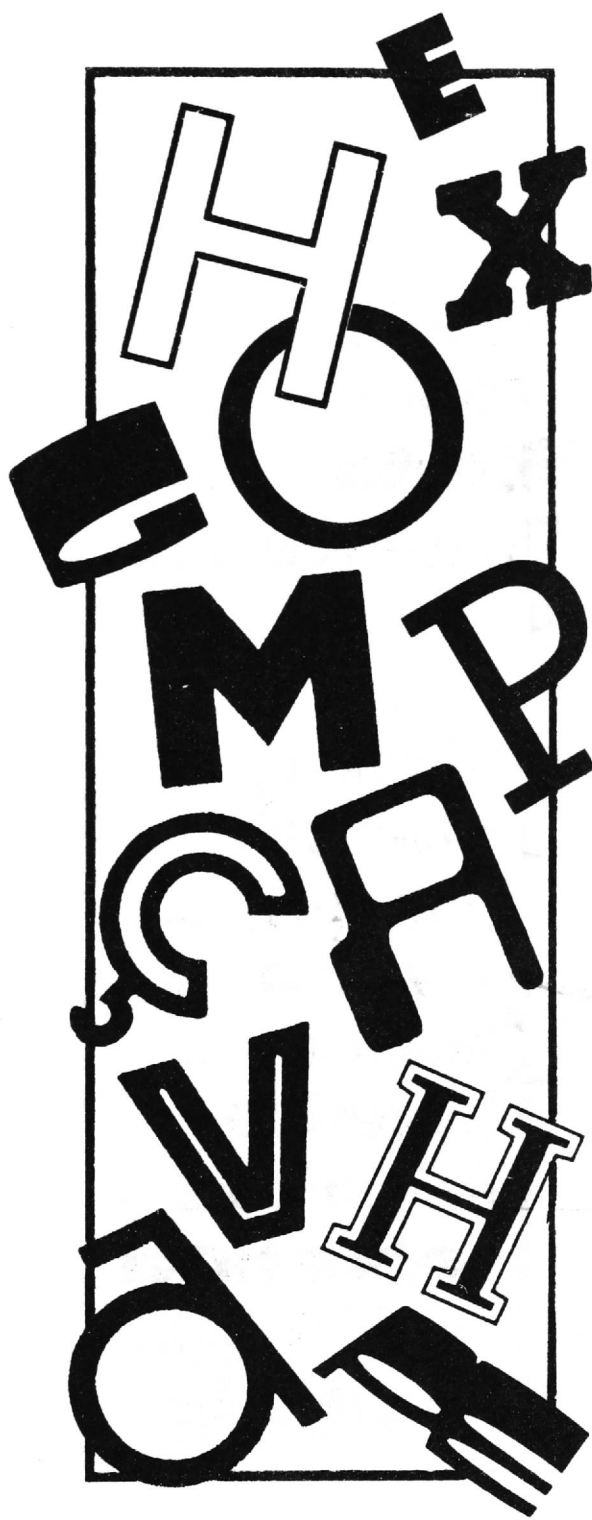




Las ilustraciones, expresiones artísticas o técnicas basadas en la creatividad del diseñador y realizadas con la habilidad del dibujante; las fotografías ilustradas, artísticas, resultado de las ideas del diseño, y la realización profesional de un artista del lente y la cámara, o la destreza y conocimiento de todos los sistemas de reproducción fotográfica, por parte del Diseñador Gráfico.



ANATOMIA DE UN ORIGINAL



LA LETRA Y EL ORIGINAL

La tipografía es expresión base en mensajes gráficos, cuyos alcances psicológicos muchas veces ignora el diseñador, y materia en la cual repetidamente no se presta la debida atención.

Ahondaremos pues en este renglón, por ser de capital importancia, no sólo en el manejo en sí de la tipografía, lo que podríamos considerar como mecánica de la tipografía, sino en la terminología, ya que muchas veces por ignorancia se cometen errores cuya corrección resulta sumamente costosa.

Estas faltas, estando impresas, no sólo demeritan el prestigio de un diseñador exponiéndolo, inclusive, al ridículo, sino que distorsionan por sí mismas la imagen del mensaje, cambiando sus aspectos positivos en otros, contrarios a los objetivos deseados.

Definamos lo que es tipografía como medio de expresión artístico-gráfico en el contexto que nos ocupa:

*"Pruebas finas de texto o palabras, para ser montadas en mecánicos u **originales de reproducción**"*

Definición, como se puede apreciar, muy lírica, pero que nos da la idea de lo que en el medio, se entiende como tal.

Vayamos a la terminología y comencemos por decir que en términos tipográficos a una **letra** se le asigna el nombre de **TIPO, CARACTER O EME**.

Es decir que a un estilo definido de letra se le denomina bajo cualquiera de estas tres formas.

Empezaremos pues por darles un nombre apropiado.

Cada **TIPO** forma parte de una **FAMILIA**.

La **FAMILIA** comprende el aspecto visual de la letra, es decir su peso, su inclinación, el espacio ancho o angosto que ocupa en el escrito o la frase, cada familia consta de muchas **fuentes**.



Por lo que al **PESO** de los caracteres corresponde, estos pueden ser:



LIGHT o CLARA: letra de líneas más bien delgadas.

DEMI-LIGHT: cuyas líneas son semi-delgadas.

BOOK: Entre DEMI-LIGHT y MEDIUM (el peso más usado en editorial).

MEDIUM: Un poco más gruesas.

BOLD: Con trazos más gruesos que la medium.

EXTRA-BOLD: Cuando sus líneas son realmente gruesas.

Hacemos notar que mientras más gruesa es la línea de las letras, sus centros son más pequeños y por ende el aspecto visual de textos y párrafos son más **PESADOS**, y así decimos que la tipografía de un impreso resultará demasiado **PESADA**.

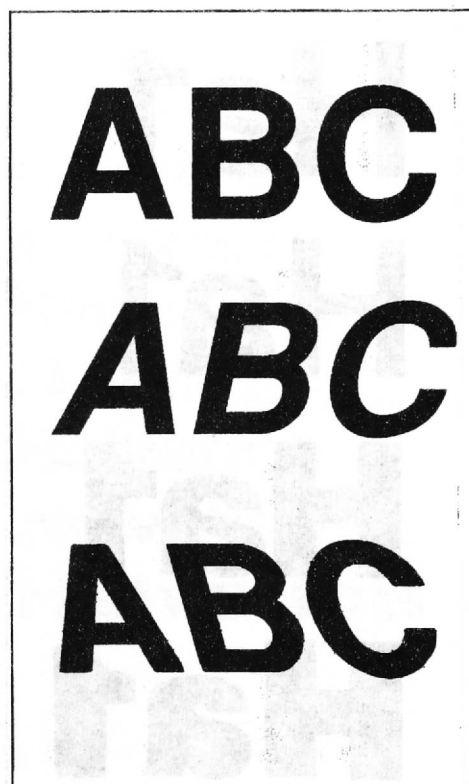
En determinados casos unos caracteres demasiado pesados resultan ilegibles, o de lectura muy cansada.

Por lo que respecta a la **forma estructural de sus ejes** las letras pueden ser:

RECTA: Cuando el eje central de la letra es perpendicular a la horizontal sobre la cual se asienta.

ITALICA: Cuando su eje central forma un ángulo agudo, con la horizontal y éste se sitúa hacia el lado derecho.

INVERSA: Lógicamente cuando la inclinación de la letra es contraria a la itálica.



ABC

abc

VERSALITAS



capitulares

b d f h k t t

j p q y

Respecto a su **estructura** las letras se clasifican en:

VERSALES, ALTAS O MAYUSCULAS

BAJAS O MINUSCULAS

y en determinados casos en **VERSALITAS**.

Podemos incluir en esta clasificación a los **CAPITULARES**, caracteres que se usan para dar comienzo a determinados párrafos, cuyo tamaño es mayor que el de los caracteres altos.

Por sus **razgos** :

Las **minúsculas o bajas**, podemos dividir las en:

ASCENDENTES, como son la l, t, d, b.

DESCENDENTES, como son la q, y, j, p.

Por su **proporción** en:

NORMAL

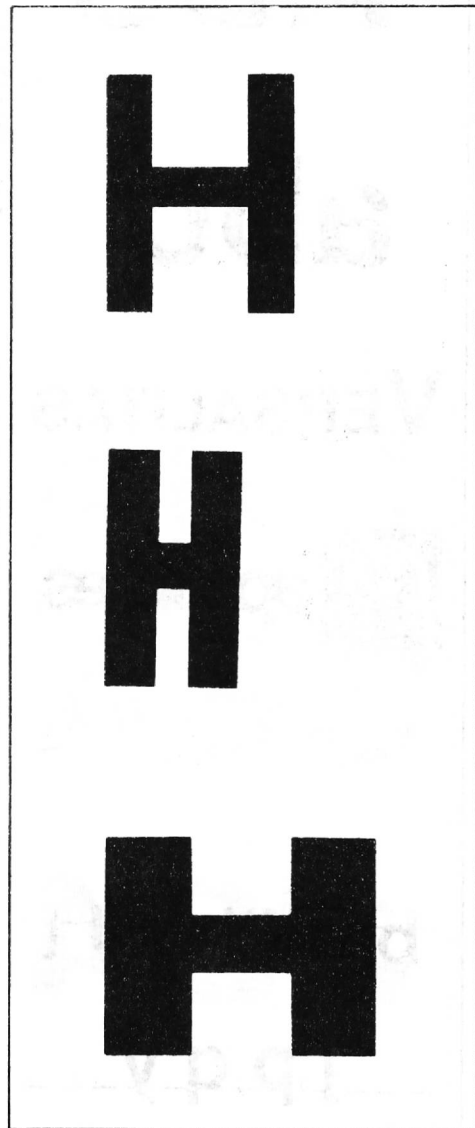
CONDENSADA

EXTENDIDA O EXPANDIDA

NORMAL: Decimos que una letra es normal en su proporción, cuando entran en el cuadrado anatómico de las letras tipo.

CONDENSADA: Cuando la proporción del carácter es menor en su base y mayor en su altura. Dentro de estas encontramos las EXTRA-CONDENSADAS.

EXTENDIDA: Cuando su anchura es mayor que su altura pudiendo llegar a ser SUPER-EXTENDIDAS.



CONCEPTOS TERMINOLOGICOS COMPLEMENTARIOS



FUSTE: Línea vertical que determina el alto y el peso de la cara del carácter.

BARRA DE CRUCE: Línea que atraviesa el carácter, partiendo del fuste en sentido horizontal y determina si el alfabeto tendrá gruesos y delgados en su anatomía.

ESPINA: Línea diagonal, recta u ondulada que juntamente con el fuste determina en algunos casos la estructura de la letra.

LAGRIMAS, GANCHOS o ATAQUES: Determinan en general el estilo de la letra.

EJE: Línea imaginaria que determina la inclinación de la letra.

BRAZO: Determina el ancho de la letra; en ocasiones, es el mismo de la barra de cruce.

MUECA O PANZA: Líneas curvas que en algunos casos forma la totalidad de letra, la mueca corresponde a las bajas. La panza es propia de las altas.

OUT-LINE: Letra fileteada sin que el cuerpo esté emplastecido.

IN-LINE: Letras fileteadas con el interior emplastecido pero entre la plasta y el filete hay un determinado espacio llamado aire.



EMPASTAMIENTO O PATINES: Líneas que en determinados casos, rematan las letras; determinan en ocasiones el estilo.

Existen cuatro tipos:



1.- FELIFORME

2.- TRIANGULAR

3.- CONCAVO

4.- RECTANGULAR

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

SUGERENCIAS PARA EL USO DE LA TIPOGRAFIA:

Esbozamos a continuación algunos de los principales usos de la tipografía, sin que estos pretendan ser reglas estrictas de empleo psicológico de la misma.



La tipografía es expresión base en mensajes gráficos, cuyos alcances psicológicos muchas veces ignora el diseñador, y materia en la que

CAPITULAR O MAYUSCULAS: Se usan a principio de párrafo cuando estos están constituidos por altas y bajas, pudiendo estar sangradas o no. El uso más común lo encontramos en libros y revistas, ya que para mensajes en anuncios o temas publicitarios, el uso de estos tipos está sujeto a la sensibilidad del diseñador.

El diseño gráfico tiene el privilegio de comunicar a todos los niveles de la sociedad, su campo de acción dirigido a todos los públicos, por lo que favorece la cohesión social. Resaltar las diferencias, caracterizando cada uno de ellos, ha sido el trabajo de los grandes diseñadores de todos los tiempos, que han contribuido con su desarrollo de esta práctica.

LIGHT: Este tipo de carácter, debe elegirse, cuando la cantidad de tipografía es considerable y se tienen bloques de columnas demasiado grandes. De este modo los textos se suavizan, y una página que en apariencia es pesada y de lectura cansada, se torna más legible.

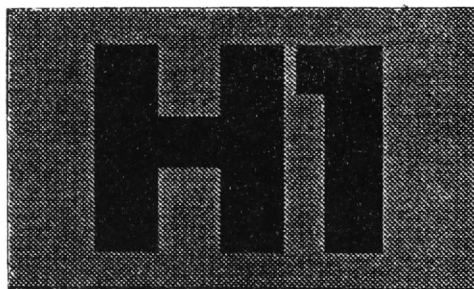
MEDIUM: El peso de letra más comúnmente usado, ya que resulta más flexible.

La tipografía es expresión base en mensajes gráficos, cuyos alcances psicológicos muchas veces ignora el diseñador, y materia en la cual repetidamente no se

BOLD: Se usan estos caracteres para destacar determinadas palabras, pequeños textos, cabezas, etc. y con ello darle mayor importancia, estableciendo un contraste tipográfico.

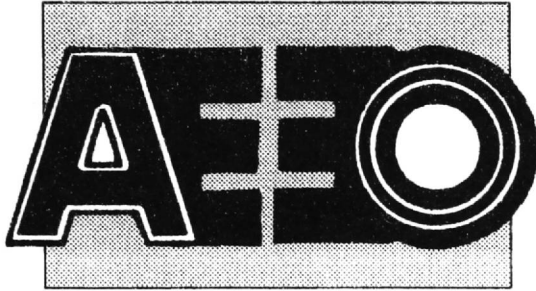
La tipografía es expresión base en **mensajes gráficos**, cuyos alcances psicológicos muchas veces ignora el **diseñador**, y materia en la cual reptidamente no se pres-

EXTRA BOLD: Se debe usar este tipo de caracteres en casos muy especiales sobre todo cuando se trata de injertar pantallas, realizarlas en positivo, en efectos especiales, pero nunca debe usarse en textos largos, o en puntajes bajos, ya que es uno de los tipos de letra más difíciles de leer y a la vez el más cansado.



OUT-LINE: Las características de este tipo son ideales para introducirlas con gran legibilidad sobre fondos de color con variantes en el cuerpo de la letra ya que el fileteado o perfilado de la misma permite una amplia gama de variantes.





IN-LINE: Estos caracteres se usan para destacar aún más los textos, y en variantes combinados con el OUT-LINE resultan diseños muy atractivos y de gran belleza gráfica.

la tipografía es expresión base en mensajes gráficos, cuyos alcances psicológicos muchas veces ignora

MINUSCULAS O BAJAS: Es el tipo de letra más frecuentemente usado ya que su fácil lectura, su medición, su claridad y probablemente la costumbre, puesto que sus rasgos son similares a la letra normal caligráfica, así lo permite.

La tipografía es expresión base en mensajes gráficos, cuyos alcances psicológicos muchas veces ignora el diseñador, y materia en la cual repetidamente no se presta la debida atención.(1)

(1) PRESTAR ATENCIÓN A ESTAS LETRAS PEQUEÑAS, PORQUE ESTAS SON LAS VERSALITAS.

VERSALITAS: Por su característica se usa en pequeños textos de referencia en la parte baja de las páginas de libros. Por ejemplo en misales, biblias, libros técnicos de determinada categoría, cuyos formatos son casi siempre bloques completos y recargados de textos.

La tipografía es expresión base en mensajes gráficos, cuyos alcances psicológicos muchas veces ignora el diseñador, y materia en la cual repetidamente no se

ITALICAS: Debido a su forma estos caracteres permiten dar ritmo y agilidad a la lectura. Sirven igualmente para dar contraste y realce a frases o palabras cuando se combinan con letras normales.

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

LA PALABRA EN EL ORIGINAL

SU FORMACION

La palabra, dentro del contexto tipográfico que nos ocupa, es la combinación de letras simples acomodados de izquierda a derecha de acuerdo a tradiciones heredadas del alfabeto romano y sus antecedentes.

Para formar una palabra, en sentido tipográfico, colocamos una letra en seguida de la otra considerando espacios adecuados entre cada una de ellas. Debemos hacerlo en forma visual aún cuando existen ciertas reglas, sin embargo, lo más importante es que visualmente estos espacios queden armónicamente bien balanceados.

2894772

Nunca se deben colocar en forma mecánica, y con espacios de una distancia determinada y siempre igual.

242148

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

Para lograr esto, existe la siguiente clasificación:

REDONDAS:

c, e, o, s, en minúsculas
C, O, Q, S, en mayúsculas

VERTICALES:

l, I, h, m, n, u; mayúsculas

COMBINADAS:

(verticales y E, F, L, T, mayúsculas horizontales).

OBLICUAS:

V, W, X, Y; tanto mayúsculas como minúsculas.

Las **Redondas** son las que más se juntan.

Las **Verticales** requieren de una separación mayor.

max
HONOR
NIEVE
VILLA
MAYO
GRAN
SU
trof

LA LINEA Y LA COLUMNA TIPOGRAFICA

La línea es un conjunto de palabras acomodadas una después de la otra en forma horizontal.

El largo de una línea está delimitado por el ancho de una **COLUMNA TIPOGRAFICA**.

La unidad de medida es el **CUADRATIN**, **PICA** o **CICERO**, en México el nombre más común es el de cuadratín.

Cada letra, signo de puntuación y espacio, se le conoce con el nombre de **GOLPE** y así decimos, por ejemplo, que en 20 cuadratines caben 60 golpes de determinado tipo de letra.

Es importante para que la línea tenga un buen espacio visual, que esté en una relación coherente con el puntaje y tamaño del tipo.

LA COLUMNA, es un número indeterminado de líneas colocadas en sentido vertical y de arriba hacia abajo.

El tamaño de la columna debe estar limitado por una proporción armónica y relacionada a su vez por una composición adecuada al tamaño de *letra tipo* y al ancho de la línea.

Al espacio entre línea y línea se le denomina **INTERLINEA** y es un elemento importantísimo que el diseñador debe saber manejar para dar a su mensaje un aspecto de luminosidad y limpieza si está manejado un tipo muy pesado o recargado de elementos. Puede servirle igualmente para ganar espacio, si el tipo de letra se lo permite. Puede jugarse con él en forma casi infinita y puede verse limitado o no, dependiendo de la mucha o poca creatividad del diseñador gráfico.

Podemos considerar una gran variante de columnas. Entre éstas, las enumeradas a continuación:

1. Columna de **BLOQUE**; completamente regular y susceptible de ser enmarcada en un rectángulo, o un cuadrado.

La palabra, dentro
del contexto tipo-
gráfico que nos ocupa, es la combinación de letras
simples, acomodadas de izquierda a derecha, de acuerdo a tradiciones heredadas del alfabeto romano y sus antecesores.

LINEA

INTERLINEA

COLUMNA

La palabra, dentro del contexto tipográfico que nos ocupa, es la combinación de letras simples acomodados de izquierda a derecha, de acuerdo a tradiciones heredadas del alfabeto

La palabra, dentro del contexto tipográfico que nos ocupa, es la combinación de letras simples acomodados de izquierda a derecha, de acuerdo a tradiciones

2. Columna **IRREGULAR DERECHA**, la que está justificada en una perpendicular, formando un margen recto hacia el lado izquierdo, en tanto que por el derecho, la tipografía termina en forma dispareja o irregular.

La palabra, dentro del contexto tipográfico que nos ocupa, es la combinación de letras simples acomodados de izquierda a derecha, de acuerdo a tradiciones

3. Columna **IRREGULAR IZQUIERDA**, es exactamente todo lo contrario de la anterior.

La palabra, dentro del contexto tipográfico que nos ocupa, es la combinación de letras simples acomodados de izquierda a derecha, de acuerdo a

4. Columna de **EJE CENTRAL**, cuya formación es irregular pero basada en un eje central de equilibrio, y cuyo ritmo en los extremos, es exactamente el mismo, pero en sentido inverso.

La palabra, dentro del contexto tipográfico que nos ocupa, es la combinación de letras simples acomodados de izquierda a derecha, de acuerdo a tradiciones heredadas del alfabeto romano y sus antecedentes.

5. Columna **IRREGULAR**, como su nombre lo indica, es una formación tipográfica completamente caprichosa, y sólo determinada, por el formato del original y la imaginación del diseñador. Es preciso tener sumo cuidado en el diseño de este tipo de columnas, ya que puede fácilmente caerse en diseños ridículos y, por ende, en mensajes negativos.

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

EL MECANICO TIPOGRAFICO

SU ANATOMIA SU USO SUS DIFERENTES ASPECTOS

Entendemos por **MECANICO** el trazo base que sirve de formato para un diseño. No debemos confundir este MECANICO, con el **MECANICO DE PRODUCCION**, de cuyo aspecto nos encargamos más adelante.

Todo libro, revista, periódico, folleto, y aún los anuncios sueltos, tienen sus MECANICOS.

Así que todos los elementos que forman parte de una página o serie de páginas están distribuidas sobre el MECANICO.

Este tipo de mecánico tiene una función muy importante en Diseño Gráfico, ya que de él depende la armonía y unidad visual del impreso, lo que a su vez constituye la calidad del diseño.

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

En el Mecánico se conjugan los elementos que forman parte de una página.

1. REBASE: Margen de seguridad cuya función salvaguarda el corte de guillotina.

2. REFINE: Marcas que determinan el tamaño final del impreso, y que sirven de guía para el corte de la guillotina (determina el tamaño exacto del formato).

3. COLUMNAS: Cantidad de columnas o bloques tipográficos.

4. CAJA: Delimita el número de columnas tipográficas, pueden ser una o varias columnas casi siempre corresponde al total del mecánico.

5. MEDIANIN: Se le llama de este modo al espacio entre columna y columna.

6. MARCA PARA FOLIO: Espacio reservado para poner el número correspondiente a cada página, debe colocarse dentro de la mitad del margen superior o inferior y del lado exterior o bien, en todo el margen exterior.

7. REGISTROS: Líneas cruzadas cuya función permite un registro exacto cuando se imprimen varios colores.

8. DOBLEZ: Líneas punteadas o de color tenue, normalmente en azul que determinan los dobleces del impreso.

9. AIRE: Espacios variados entre bloques de tipografía o ilustraciones, que permiten al diseñador lograr buenos balanceos y excelentes formatos.

10. MARCA DE SUAJE: Líneas que marcan cortes troquelados en determinadas ocasiones, y que deberán hacerse en el mecánico en azul muy claro.

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

DON QUIJOTE DE LA MANCHA

Importante obra cumbre de
MIGUEL DE CERVANTES SAAVEDRA



9

Miguel Cervantes Saavedra (1594-1616) nació en Alcalá de Henares, hijo de un modesto cirujano. Fue alumno en Madrid de Juan López de Hoyos por quien toma contacto con el humanismo erasmista, en tiempos en que la intolerancia impenetrante en España había tratado de borrar sus huellas y prohibido sus obras. En el libro en que salieron a luz los primeros versos de Cervantes, *"su amado y caro discípulo"*, López de Hoyos cita a Erasmo, quien *"reprende a los que tienen el gobierno de las repúblicas"* por consentir que *"haya malos preceptores, porque éstos destruyen y corrompen las buenas costumbres y los ánimos tiernos de sus discípulos"*, disimulando y presentando como inofensivo a Erasmo, y cuidándose de no citar lo que éste dice en seguida; *"¿Se consulta acaso a un camello en materia de baile, o a un asno tratándose de canto? Pues no otra cosa"*

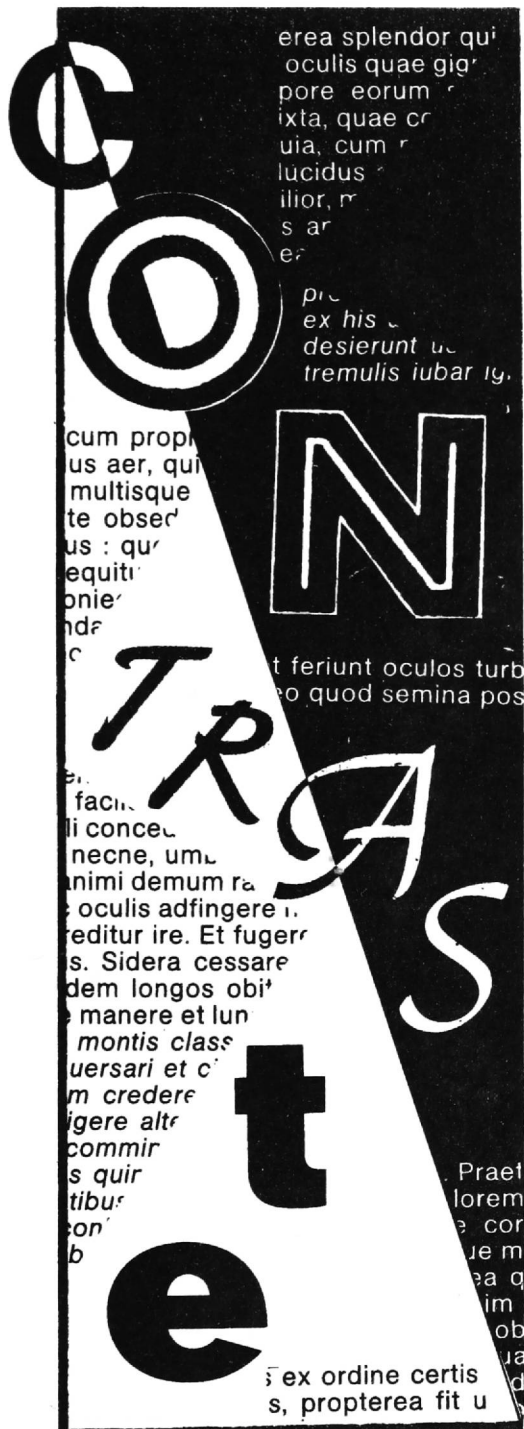
es el consultar a un franciscano dominico o a un camello, como si fueran oráculos".

El escamoteo de los textos, y el hábil manejo de ellos a fin de poderlos citar, nos ubica en la España contrarreformista, y nos ayudará a entender al propio Cervantes.

En 1569, Cervantes viaja a Italia, donde es presumible que tome nuevos contactos con el humanismo. Lucha en Lepanto como soldado del Imperio, donde es herido y pierde su mano izquierda. Participa en varias expediciones mediterráneas y cuando regresa desde Nápoles a España es capturado por piratas berberiscos, que lo mantienen cautivo en Argel durante cinco años, cuando es liberado a cambio del rescate proporcionado por unos misioneros, y después de varios intentos de fuga.

De regreso a España, intenta vivir de pluma sin conseguirlo, y obtiene después de repetidas gestiones un modesto cargo oficial, el de comisario encargado de comprar o requisar provisiones para la Armada. Las personas de quien debe recaudarlos, señores feudales de Andalucía en su mayoría surgidos después de la conquista de Granada, además de resistirse, utilizando el acostumbrado *"Se obedece, pero no se cumple"*, de los corregidores, alcaldes o caciques regionales con respecto a las órdenes reales, en varias oportunidades utilizaron su influencia local para llevar a Cervantes a la cárcel, a fin de eludir el cumplimiento. Así es como conoce las cárceles de Ecija y de Sevilla. Una de las veces, por haber depositado los recaudos en la Banca de Sevilla, días antes de su quiebra.

ANATOMIA DE UN ORIGINAL



CONTRASTE

Dentro de un mecánico, podemos considerar otros conceptos terminológicos:

CONTRASTE: Para comprender lo que es contraste es necesario conocer lo que es diferente al estado natural de las cosas y de este modo entender lo que es opuesto.

Una medida por sí sola, no podrá darnos un punto de comparación.

Por ejemplo: un elemento es solamente grande en comparación con uno más pequeño, no concebimos la luz, si no tenemos el concepto de oscuridad, sabemos que algo es negro, porque conocemos lo blanco.

Con estos conceptos ya podemos marcar límites de **CONTRASTE**. Dentro del contexto tipográfico los límites son marcados por la vista, ya que un objeto impreso, no puede ser visto fácilmente, si no se toma en cuenta el tamaño del original y la distancia existente entre el ojo y la superficie impresa.

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

EL **CONTRASTE** en la composición tipográfica ayuda al campo visual y tiene como objetivo:

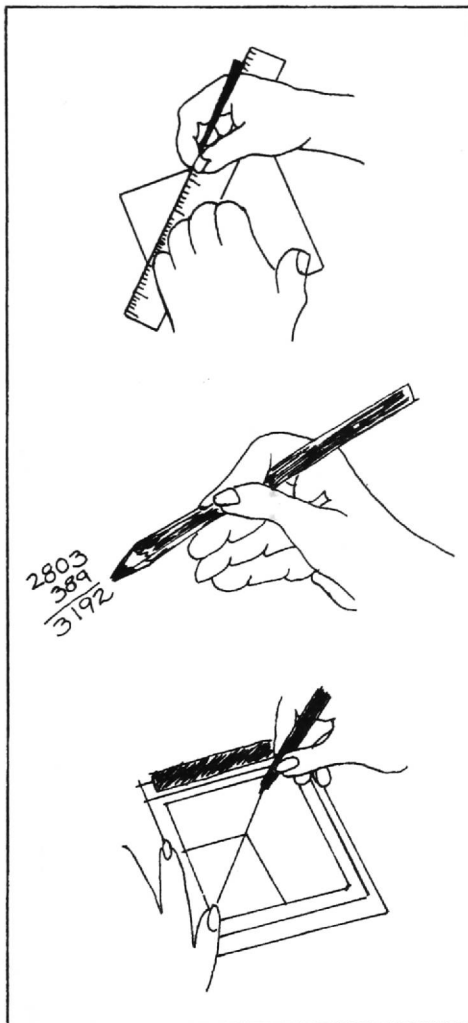
CENTRAR, RECALCAR, SUBRAYAR, DESTACAR, RESALTAR, DAR MAYOR IMPORTANCIA a los elementos que forman parte de un original.

Tenemos **CONTRASTE TIPOGRAFICO** por:

- PESO DEL TIPO
- FORMA
- ESTILO
- PROPORCION O TAMAÑO
- POSITIVO - NEGATIVO
- OUT-LINE E IN - LINE
- CONTRASTE POR BLOQUE

Es pues el objetivo del contraste marcar, acentuar y señalar una diferencia entre dos o varias cosas, dependiendo de lo que queremos destacar, resaltar o recalcar por contraste.

PROPORCIONES



PROPORCION: Relación existente entre el tamaño real de una cosa y su representación dibujada (en nuestro caso).

Encontramos tres clases de proporciones:

ESCALA: Cuando usamos un escalímetro para obtener nuestra proporción.

MATEMATICA: Al valernos de operaciones aritméticas, para resolver nuestra proporción.

RELATIVA: Cuando nos valemos de diagonales o métodos geométricos para obtenerla.

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

En todo caso existe una fórmula para establecer nuestras proporciones.

$$\text{PROPORCION} = \frac{\text{MAGNITUD REAL}}{\text{MAGNITUD REPRESENTADA}}$$

Proporción en una dimensión es el producto de la división proporcionada de una superficie.

El diseñador gráfico cuenta actualmente con una gran variedad de normas para la ejecución de proporciones que adecuadamente aplicadas le servirán para la realización de obras tipográficas de gran calidad.

En realización de originales en los cuales intervenga la tipografía podemos contar con los siguientes elementos:

1. Proporción de la superficie (formato de papel en el cual se va a reproducir el original).
2. Proporción entre zonas impresas y espacios blancos.

3. Proporción entre texto y texto; texto e ilustración o bien ilustración e ilustración.

4. Proporción entre los diferentes puntajes tipográficos en los textos.

5. Proporción entre elementos de una familia tipográfica (condensada, normal, expandida).

6. Proporción en el peso de la tipografía (light, medium, bold).

7. Proporción entre colores.

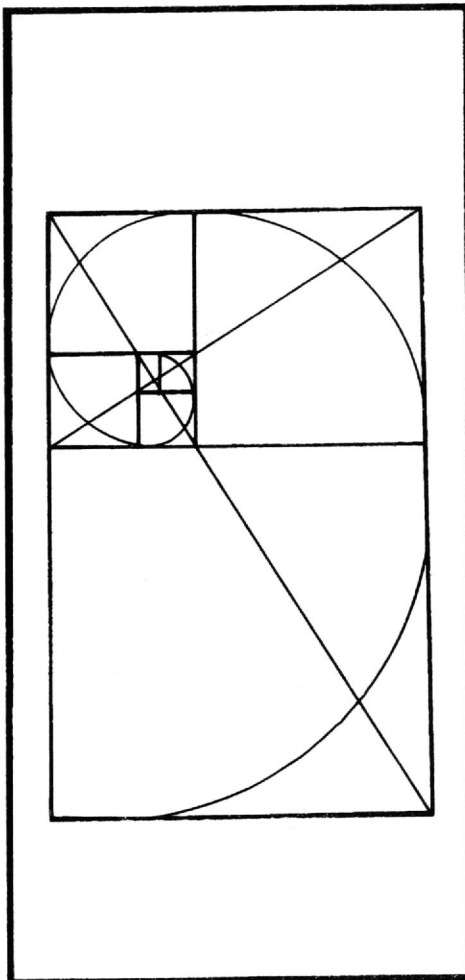
8. Proporción entre diferentes escalas de gris y negro en apariencia visual del original.

Del adecuado y creativo manejo de los elementos enumerados, aplicados al objeto del diseño, dependerá la calidad de los mensajes realizados.



ANATOMIA DE UN ORIGINAL

PROPORCION AUREA



Otra de las proporciones que hay que considerar es la **proporción aurea**, llamada por los griegos "**la divina proporción**". Aunque el hablar sobre ella, sería suficiente para llenar un buen volumen, en el presente capítulo mencionaremos lo primordial de ella, ya que es uno de los más útiles fundamentos de Diseño.

La proporción aurea, llamada también "**divina proporción**", es la proporción que más se acerca al concepto de belleza, tal como puede concebirlo la mente humana y tal como lo rige la naturaleza misma, lo que hace que sea aplicada en las más diversas expresiones de arte, y algunas áreas del conocimiento humano, en la inteligencia que aquello que se realice de acuerdo con sus razones geométricas o matemáticas, habrá de resultar no sólo armonioso, sino motivante y agradable, según lo refiere una muy antigua tradición.

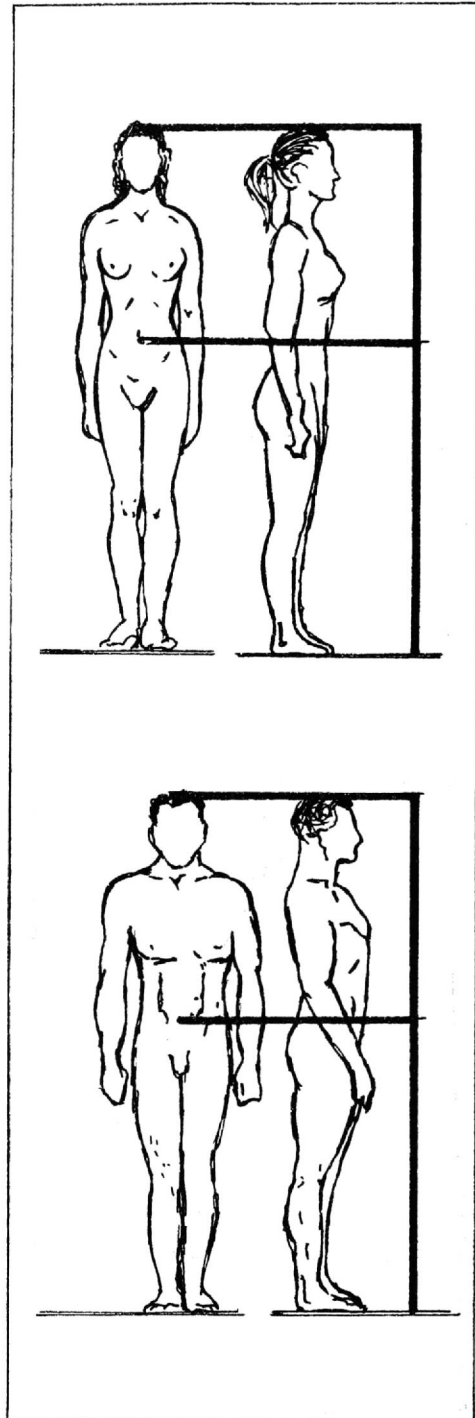
EL NUMERO DE ORO

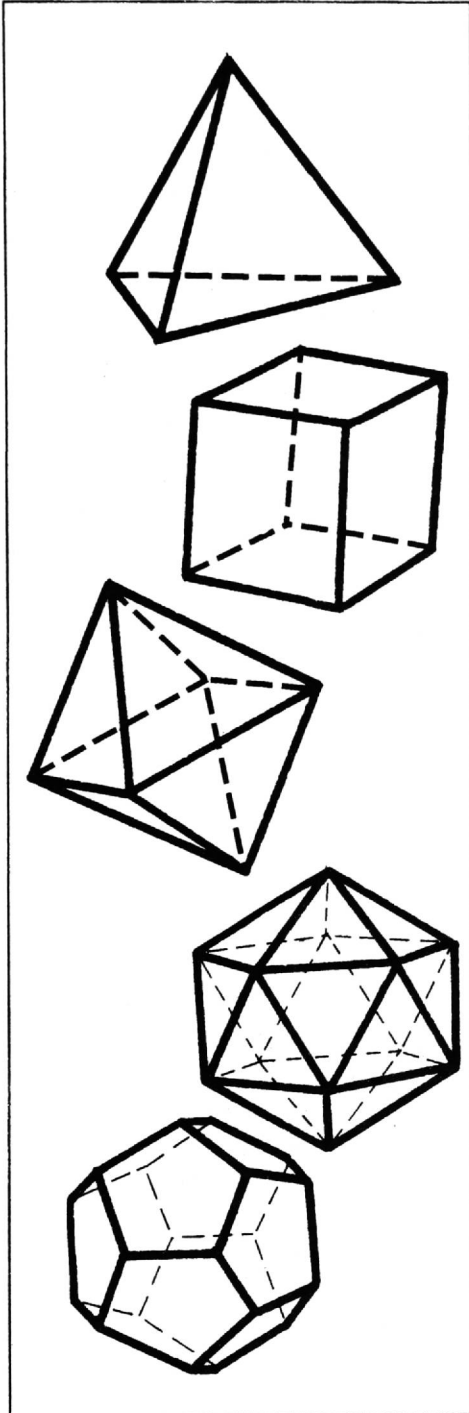
Podríamos decir que el número de oro es *"la matemática como belleza"*; esto lo demostró el insigne investigador alemán **Zeysing**, quien logró demostrar como la proporción aurea rige y está presente en la botánica, la música, la arquitectura, la zoología y hasta en el cuerpo humano perfecto. Ya siglos atrás, Fidas y Durero lo habían tratado.

En el cuerpo de un hombre o mujer perfectos, es el ombligo el punto que divide la altura total del cuerpo humano, y esta división es una importante manifestación de la Proporción Aurea en el hombre mismo; ésto no es sólo en su altura, sino también en brazos, cara, piernas y otras partes más.

La pirámide de Egipto, la de Teotihuacán y otras de mayas e incas, están regidas por esta **Divina Proporción**.

Cuando el hombre realiza grandes obras regidas por la belleza, armonía y proporción, imita a la naturaleza, utilizando aquello que mas le confiere proporción y belleza: **La Proporción Aurea**.





Con posterioridad al alemán Zeysing, muchos han tratado el tema, continuando la investigación, ya que la Divina Proporción ha fascinado al hombre desde muchos siglos atrás.

La *Proporción Aurea* o *Sección de Oro*, es una razón constante, derivada de una relación geométrica, como sucede con "pi"; por tanto, es "irracional" hablando en términos numéricos, ya que está representada por un número Irracional Infinito.

1.6180339

Este es el **Número de Oro**

Los pitagóricos aseguraban que la armonía del cosmos era una de números finitos, es decir, racionales o enteros; sin embargo, cuando descubrieron los números infinitos o irracionales, reservaron este conocimiento para los iniciados.

Aseguraban que la geometría es la ciencia del conocimiento y que los números no sólo cuentan, sino que **SON**, y además están dotados de virtud. No sólo dotados, sino que la virtud la derraman en su deredor.

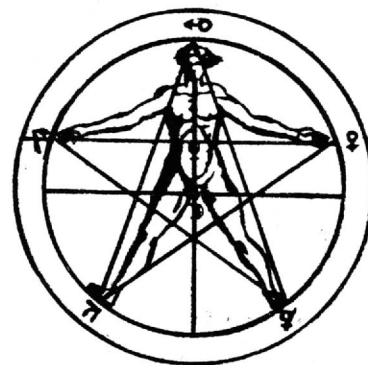
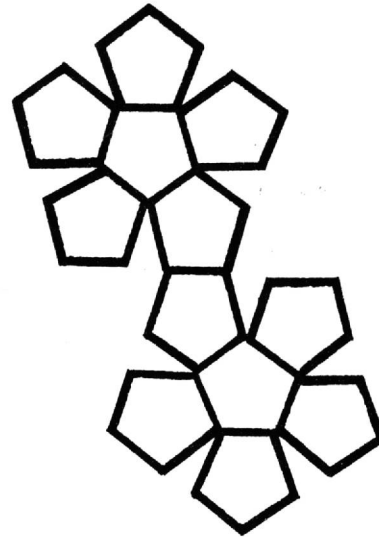
Lograron igualmente asegurar que el **tetraedro, el cubo, el icosaedro, el octaedro y el dodecaedro**, son los únicos sólidos regulares inscribibles en una esfera, y por tanto, poseen dones y significado muy precisos, los cuales mencionan y argumentan en su "**Timoteo**".

Es por eso que a estos cuerpos geométricos se les conoce como los "**cinco sólidos platónicos**".

Al último de ellos, **el dodecaedro**, con sus 12 caras pentagonales, plagadas de Proporciones Aureas, se le ha asignado como *símbolo del Universo*, atribuyéndole a cada cara un signo del Zodiaco, y ubicando así los 12 signos, denotando en cada pentagono la "*Pentada*", símbolo de la vida y del amor.

El **pentágono**, asimétrico por impar y simétrico por su eje central con sus 5 caras, es el resultado de $3+2$, resultando 3 el primer número masculino y 2 el primer número femenino; **hombre - mujer**, el principio de la humanidad misma; la humanidad como metáfora del universo.

Así, se le dió al pentágono el **símbolo del microcosmos** en el medioevo y en el renacimiento, en relación al hombre físico; el hombre astral tanto como al macrocosmos (universo) en el dodecaedro.



DIBUJO DE AGRIPPA NETTESHEIM, EN SU LIBRO "**DE OCULTA PHILOSOPHIA**"

LA CONSTRUCCION GEOMETRICA Y LA FORMULA MATEMATICA

Si dividimos una recta en **Media y extrema razón**, obtendremos una proporción representada en esta fórmula:

$$\frac{\sqrt{5+1}}{2}$$

Veamoslo.

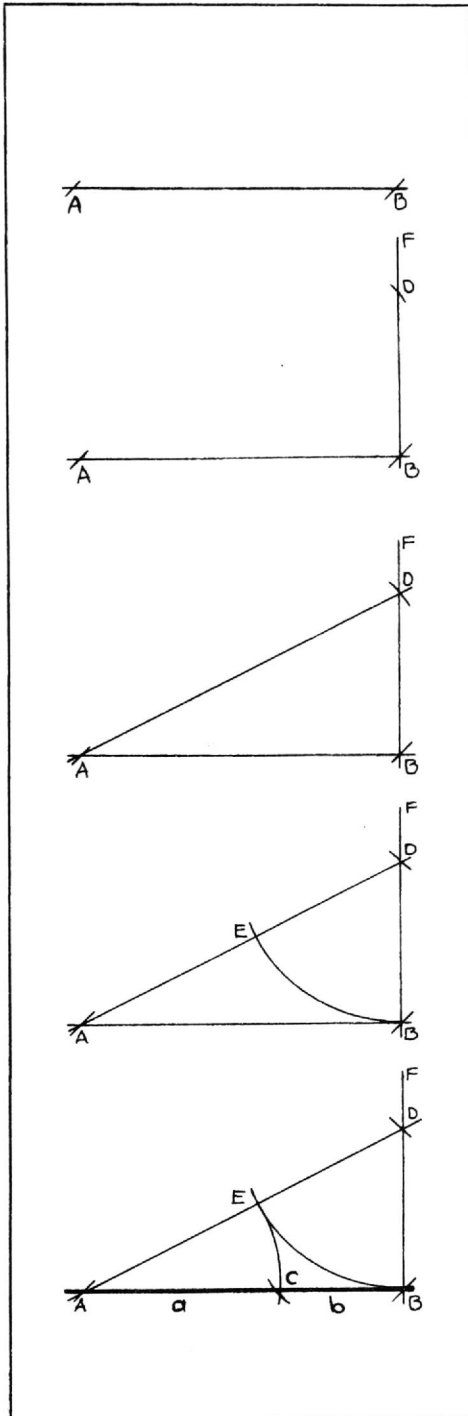
Dada la recta **A** ————— **B**

Se levanta una vertical (perpendicular) **BF**, y se corta en **D**, que es la mitad de **AB**, o sea $\frac{AB}{2}$

Se une **A** con **D**; tomamos el compás y lo apoyamos en el punto **D**; subimos el trazo, de modo de cortar la diagonal **AD**, marcando este nuevo punto con la letra **E**

A continuación apoyamos el compás en **A** y lo abrimos hasta **E**, trazando la curva para cortar la recta **AB** en un nuevo punto, al que se llamará **C**.

Así, obtenemos los segmentos **a** y **b**, y la línea **AB** ha quedado dividida en secciones aureas.



ANATOMIA DE UN ORIGINAL

Por lo tanto, el mayor es al menor, como la suma de ambos es al mayor. O sea:

$$\frac{AC}{CB} = \frac{AB}{AC} \quad \text{o} \quad \frac{a}{b} = \frac{a+b}{a}$$

Si $a = x$, y $B = 1$, tendremos:

$$\frac{x}{1} = \frac{x+1}{x} \quad \begin{array}{l} \nearrow x^2 = x + 1 \\ \searrow x^2 - x - 1 = 0 \end{array}$$

Como podemos ver, el resultado es una ecuación de 2o. grado.

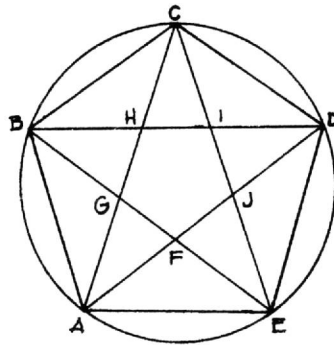
$$\frac{x}{1} = \frac{x+1}{x} \quad \begin{array}{l} \nearrow x^2 = x + 1 \\ \searrow x^2 - x - 1 = 0 \end{array}$$

$$= \begin{array}{l} \nearrow \text{raíz positiva: } x = \frac{5+1}{2} = 1.618 \\ \searrow \text{raíz negativa: } x = \frac{5-1}{2} = 0.618 \end{array}$$

La serie de **Fibonacci** nos lo puede comprobar. Esta consiste en ir sumando los números, a partir del cero, en tres, y tomar al asar 2, para dividirlos positiva y negativamente. Por ejemplo:

De $13 + 21$ tomamos el $13 : 21 = 0.618$,
e igualmente tomamos el $21 : 13 = 1.618$

Y **1.618** ... es el **Número de Oro**. Se le llama así porque los "iniciados" entre los pitagóricos lo guardaron como un secreto que valía para ellos mas que el oro, por su presencia indiscutible en el Pentágono Regular y el Estrellado, y por supuesto, en el Dodecaedro, símbolo cósmico, poseedor de los 12 signos del Zodiaco, uno en cada cara.



$$\frac{AC}{AB} = \frac{AB}{AG} = \frac{AG}{GH} = \frac{5+1}{2} = 1.618 \dots$$

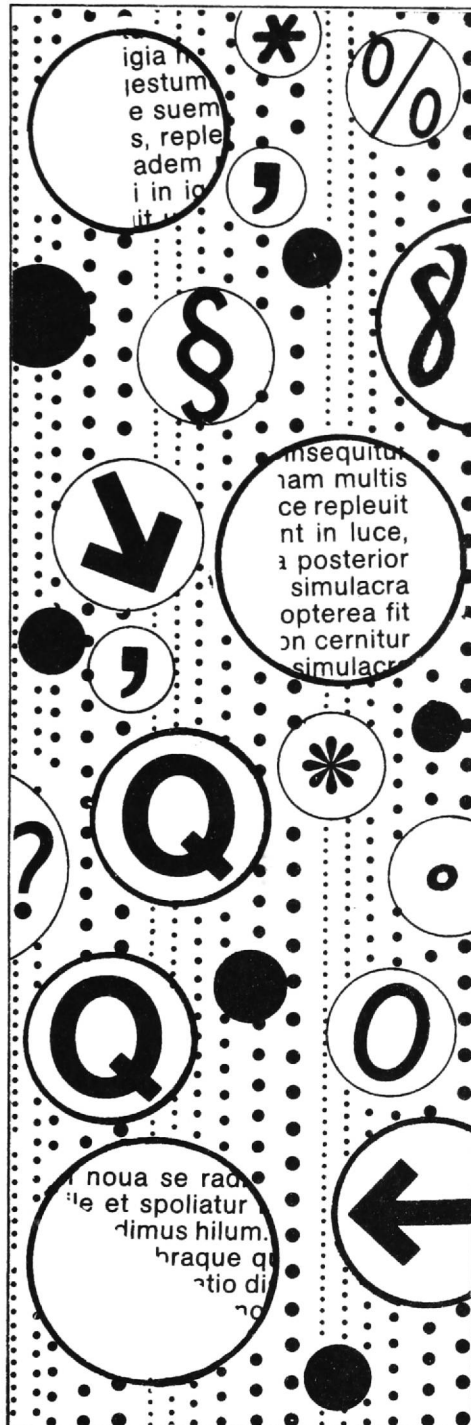
El Número de Oro es el mas interesante, el mas constante e invariante logístico de los números irracionales.

En su libro sobre "**La Divina Proporción**", **Luca** establece una analogía con la divinidad, ya que esta y aquel tienen un caracter invariable, único y trinitario, pues rige como proporción a tres términos.

Cuando **Fechner** quiso probar el atractivo estético de varios rectángulos, solo el rectángulo construido en base a 1.618 ... guardaba la proporción aurea, ya que es el único que puede reflejarse hasta el infinito.

Le Corbusier se basó en el para formular su "*modulor*" famoso; **Jaques Villon** afirmaba que antes de empezar a pintar se apoyaba en la Sección Aurea, para tener una certeza inicial. Así mismo, tantos y tantos otros que la han usado y pregonado: **Sersusier, Villon, Duchamp, Picabia, Beuron, etc. . .**

ANATOMIA DE UN ORIGINAL



RITMO

Aplicando este concepto en nuestros diseños sobre todo en los que interviene tipografía encontramos que existe una interrelación entre las zonas impresas, y las superficies blancas.

Del ritmo que le demos a nuestros diseños, dependerá que estos resulten un modelo tradicional, o bien rompan con lo establecido, imprimiéndoles dinámica, gusto, expresión, etc., claro está de acuerdo con un subjetivo punto de vista.

Como sabemos, el ritmo es la repetición armónica de un elemento. En tipografía es la repetición de la misma unidad (palabras, bloque, columna, línea, etc.), ya sea en forma simétrica o irregular.

Existen diferentes tipos de ritmo:

- 1.- RITMO SIMETRICO
- 2.- RITMO ASIMETRICO
- 3.- RITMO IRREGULAR
- 4.- RITMO IRREGULAR ASIMETRICO

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

RED TIPOGRAFICA

Es el sistema de diseño usado para armar textos, títulos, bloques tipográficos, viñetas, ilustraciones o fotografías combinando todo en un mismo conjunto.

Es una perfecta disciplina de diseño.

Los pasos a seguir para su construcción son los siguientes:

1. Hay que dividir el área impresa de la superficie que queda en blanco, tomando en cuenta el tamaño o formato del papel (debe ser bien proporcionada).
2. Debe ser determinada la superficie a imprimir, por la red misma que determina los márgenes y el formato del original.
3. Mediante líneas horizontales y verticales debe constituirse la red.
4. El tipo más pequeño que se usará en el impreso debe determinar la red (a excepción de los pies de foto).

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

5. La división vertical corresponde a la medida básica de la tipografía. Una medida básica es, por ejemplo, 12 pts que corresponden a la medida de un cuadratín.

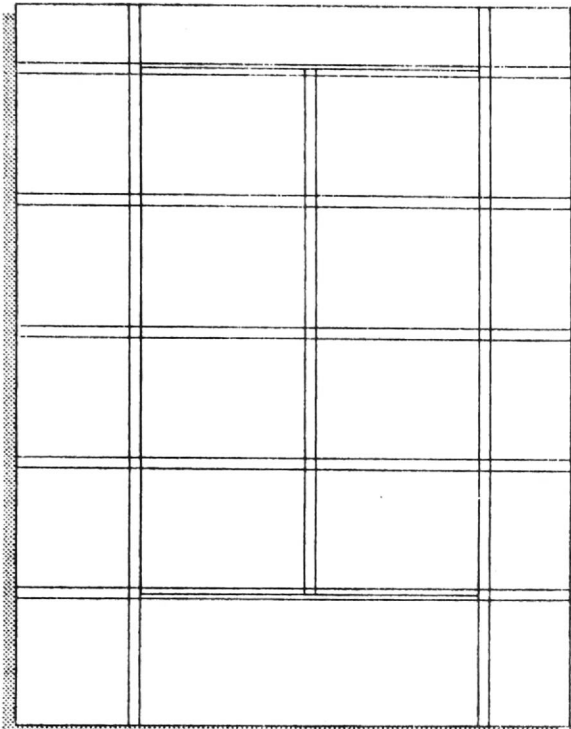
Cuando no es sólido, contamos 10 pts. de tipografía, más de 2 interlínea.

En el tipo sólido no existe interlínea en este caso las medidas de un título pueden ser 24, 36, 48 ó 60 pts., todas estas medidas son justamente múltiples, de la medida básica (12 pts.).

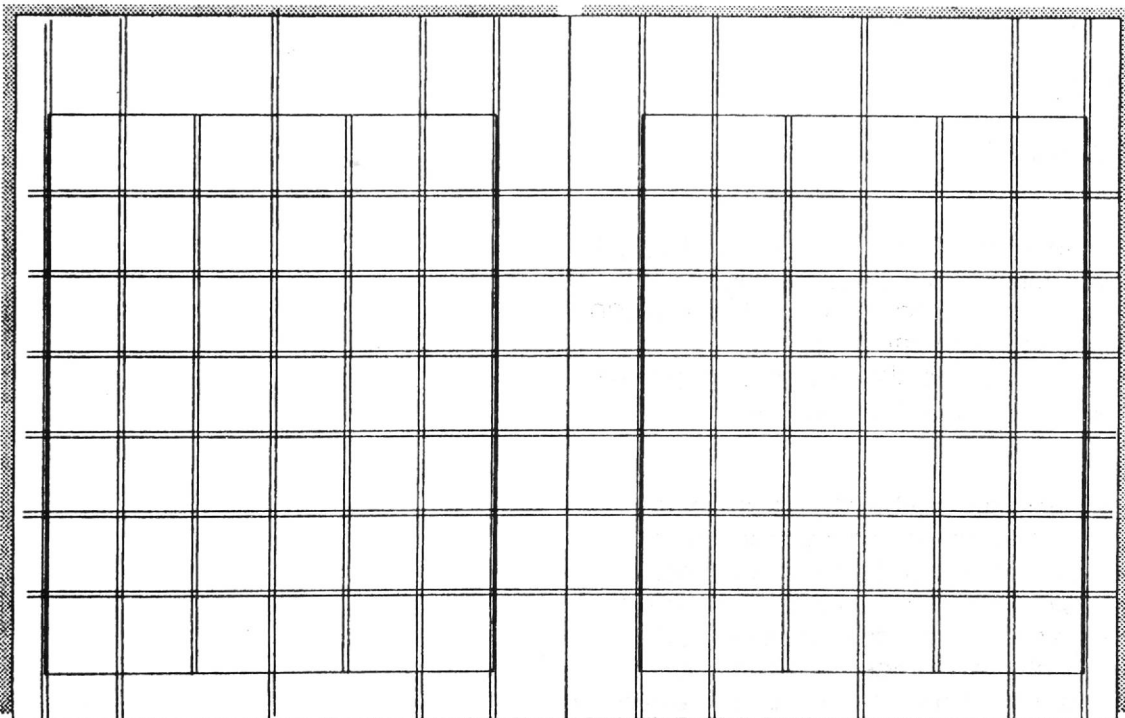
6. La división horizontal, determina el ancho de las columnas y el medianín. El ancho de las columnas depende básicamente del tipo y el número de caracteres que se pongan en cada línea, los medianines, forman un conjunto estético en relación con los cuadratines de las columnas. Estos y los medianiles, determinan el ancho total de la red tipográfica.

Una red puede ser tan variable como las medidas que podemos escoger.

Como unidad de división horizontal podemos tomar la tipografía (cuadratín), y así establecer un sistema de relación simple que nos facilitará el cálculo y distribución de la tipografía.



Respecto a la división de unidad vertical, esta no necesariamente debe corresponder a la unidad de medida horizontal concluyendo que una red puede ser tan variable como nuestro sentido estético nos lo permita.



LOS MARGENES DE UNA RED O UN MECANICO

Circundan la impresión de una página integrada la red, que puedan ser medidas con la unidad establecida. Pueden ser determinados por proporciones aureas.

Los márgenes, son tan variables, como el diseño, sin embargo tenemos dos tipos específicos de margen:

- a) **REGULAR**
- b) **IRREGULAR**

Cuando un trabajo tipográfico consta de 18 o más pliegos por cuaderno, la red debe ser invertida, o sea, que el margen izquierdo se invierta al derecho y viceversa en cambio el margen superior e inferior siempre serán los mismos.

Sin embargo si la revista o cuaderno tipográfico es demasiado grueso (su foliado sobrepasa las 50 o más páginas), es preciso realizar un dominio del mismo, para establecer las diferencias de corte en el refine y así darnos cuenta de la diferencia de tamaño en el pliego central

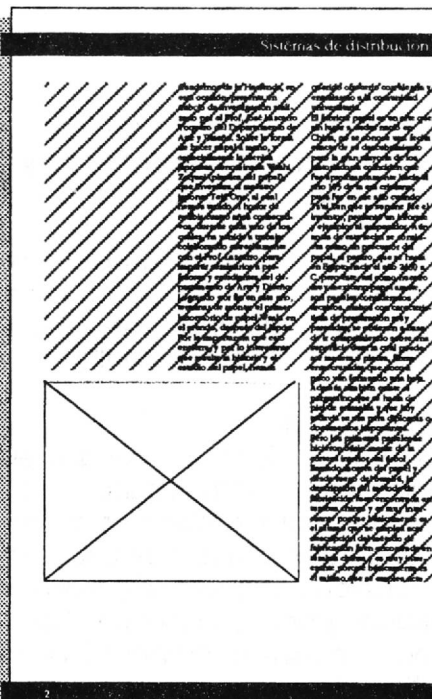
y el pliego inferior para de este modo establecer las bases de dónde y cómo colocar nuestra red tipográfica.

Estamos hablando de una revista cuyo tipo de encuadernación es a base de grapas, o de costura en el lomo (encuadernación a "caballo").

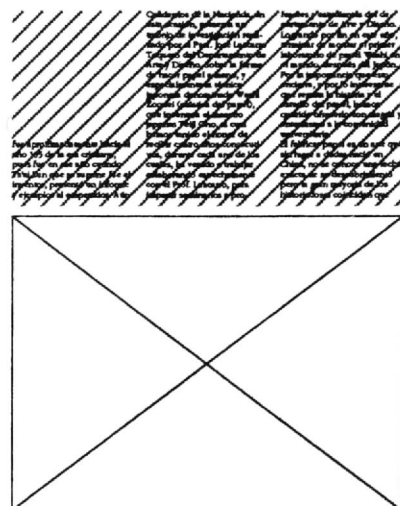
Concluimos, de lo anterior que el tipo de encuadernación jerarquiza la colocación de la red, pero también es preciso tener en cuenta que la red de una unidad tipográfica siempre es del mismo tamaño, variando por regla general el ancho para lomo y en mínima proporción el margen vertical.

Con los conceptos anteriores dejamos sentadas las bases esenciales de los conceptos tipográficos cuyos conocimientos son los mínimos que se precisan para la realización de mecánicos y redes tipográficas.

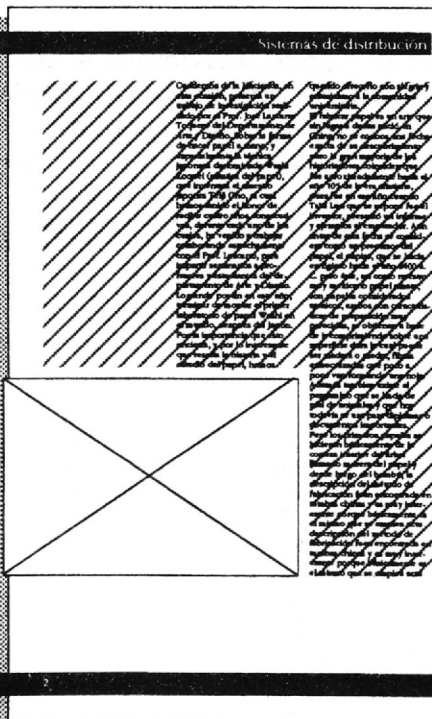
16



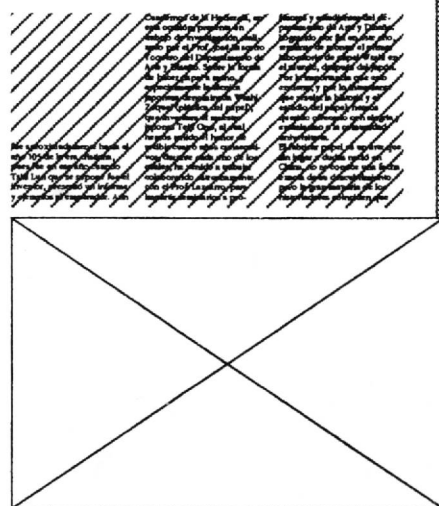
17



18



19



EL ORIGINAL EN EL CONCEPTO GENERICICO

SU ESTRUCTURA, SUS ELEMENTOS, SU REALIZACION.

Todo mensaje de comunicación gráfica impresa, se ha generado de un **ORIGINAL** del que se ha derivado el clisé, la placa de offset, el estéreo, etc., que ha servido para la impresión o reproducción mecánica a nivel semi-masivo o masivo, la pequeña imprenta manual o automática, las grandes rotativas no harán otra cosa que repetir la obra de arte gráfico realizada en el original, o los errores que en él existan.

Toda la creatividad que se haya derivado de las hipótesis de trabajo, de las determinantes del problema y plasmadas en los bocetos, no son suficientes. Es en el **ORIGINAL**, donde habrán de perfeccionarse y ajustarse, donde hay

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

que poner la atención hasta el detalle más ínfimo, poniendo en juego el máximo de habilidad y perspicacia.

En teoría, no presenta dificultad alguna armar un original, y su mecánica, pero es la práctica la que lo va hacer cada vez más fácil.

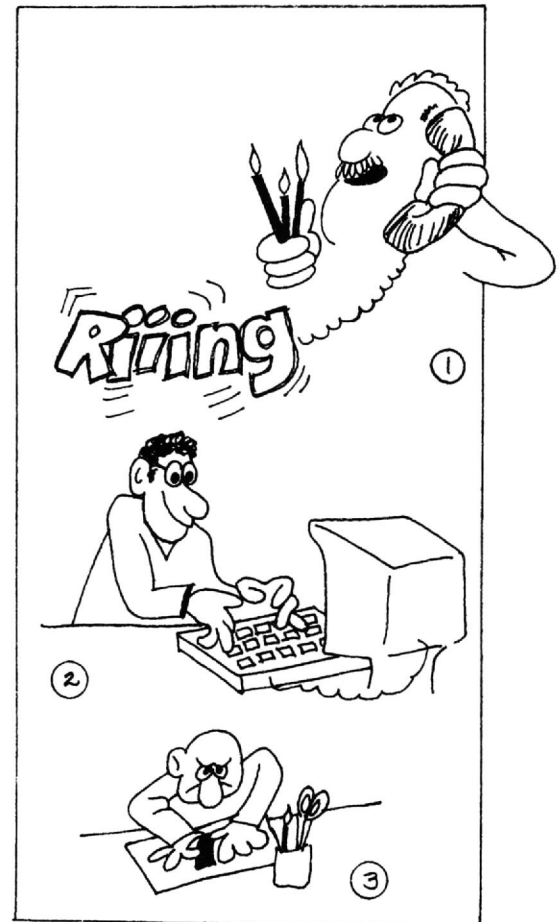
La experiencia y el grado de perfección corren en paralelo, y en relación directa una y otro.

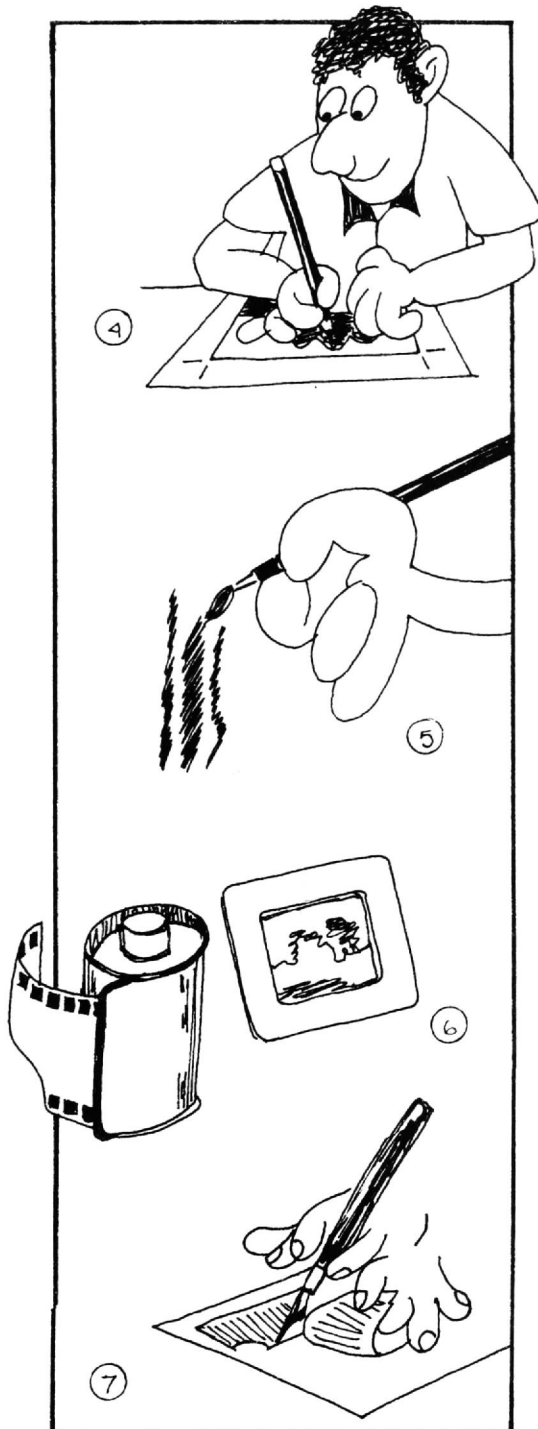
Normalmente en un original intervienen interdisciplinariamente varias personas.

1. Director creativo o artístico, sobre cuya responsabilidad recae la de dirigir y coordinar para obtener óptimos resultados, sus funciones implican también la de supervisar.

2. El cajista que se encarga de realizar el trabajo mecánico de la tipografía. No depende directamente del director de arte, sino de los servicios tipográficos.

Deben dársele pues instrucciones precisas. La fotocomposición y las computadoras lo reemplazan con ventajas.





3. El corrector de pruebas.

4. El bocetista, primer realizador de la idea.

5. Dibujante ilustrador, del que depende la calidad de las ilustraciones, su técnica de expresión y su comprensión del problema.

6. El fotógrafo especializado en expresiones fotográficas.

7. El paste up, encargado de todos los montajes, tipografías, copias, etc.

En niveles intermedios, este número de personas, se reduce considerablemente.

EL ORIGINAL debe hacerse siempre en una escala o proporción mayor; generalmente 11/2 tantos más.

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

Las razones más obvias son tres:

1o. Es más fácil advertir un defecto u error en grande que en pequeño.

2o. Los defectos que puedan haberse escapado, se reducen notablemente en el tamaño final.

3o. Resulta más cómodo trabajar en una escala mayor.

Esto siempre y cuando se trate de mensajes de tamaños relativamente chicos. Tratándose de reproducciones de murales poster, etc, cuyo tamaño final, puede considerarse dentro de los grandes, es obvio que el original y los mecánicos deben ser resueltos de acuerdo a una proporción a menor escala, y cuando son muy grandes las escalas son hasta 10 ó 20 veces menor.

Es muy importante tener en cuenta que al realizar un original a una escala diferente, las reducciones o ampliaciones deberán calcularse en tipografías, gruesos de línea, pantallas y tramas de negativos, etc.

Los elementos distribuidos y balanceados en el boceto deberán transportarse al ORIGINAL en la forma más correcta y similar a él, teniendo en cuenta que en el ORIGINAL deben quedar con un alto grado de perfección.

Conviene realizar los elementos que intervienen en un original, por separado, para después conjugarlos en el mecánico final.



obra cumbre de
MIGUEL DE CERVANTES SAAVEDRA

magistral representación, conmemorativa del
V Centenario del Encuentro de Dos Mundos

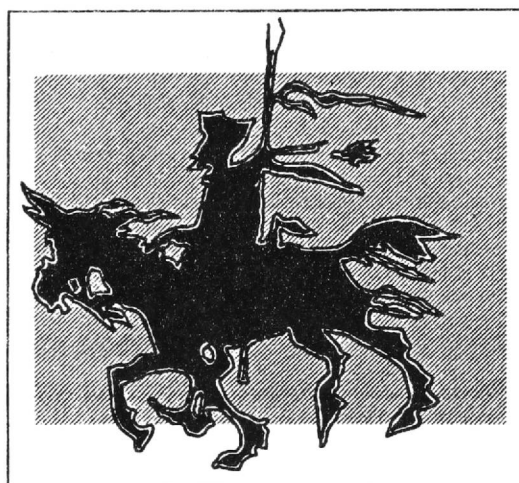
viernes 12 de junio de 1992, 20:00 Hrs.

TEATRO DE LA CIUDAD

Donceles 36

Tel. 5 10 - 21 - 97

DON QUIJOTE DE LA MANCHA



ANATOMIA DE UN ORIGINAL

ELEMENTOS DEL MECANICO

Los elementos tipo o comunes que intervienen por regla general en un original propagandístico o publicitario, son los siguientes:

1. Cabeza: que funge como frase sugestiva, o para atraer la atención.
2. Viñetas, ilustraciones, o fotos.
3. Cuerpos de texto o bloques tipográficos.
4. Pie de original, en el que casi siempre va la razón social o logos, y en otras ocasiones, slogans o frases de identificación.

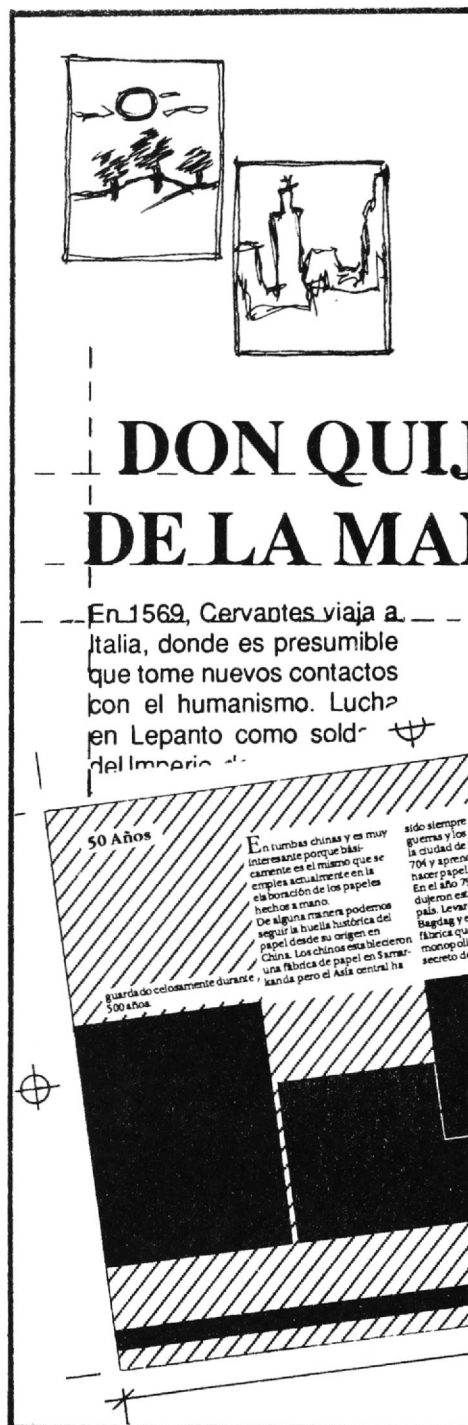
Cuando en un original predomina el texto, es éste el que jerarquiza su estructura (Lay-out).

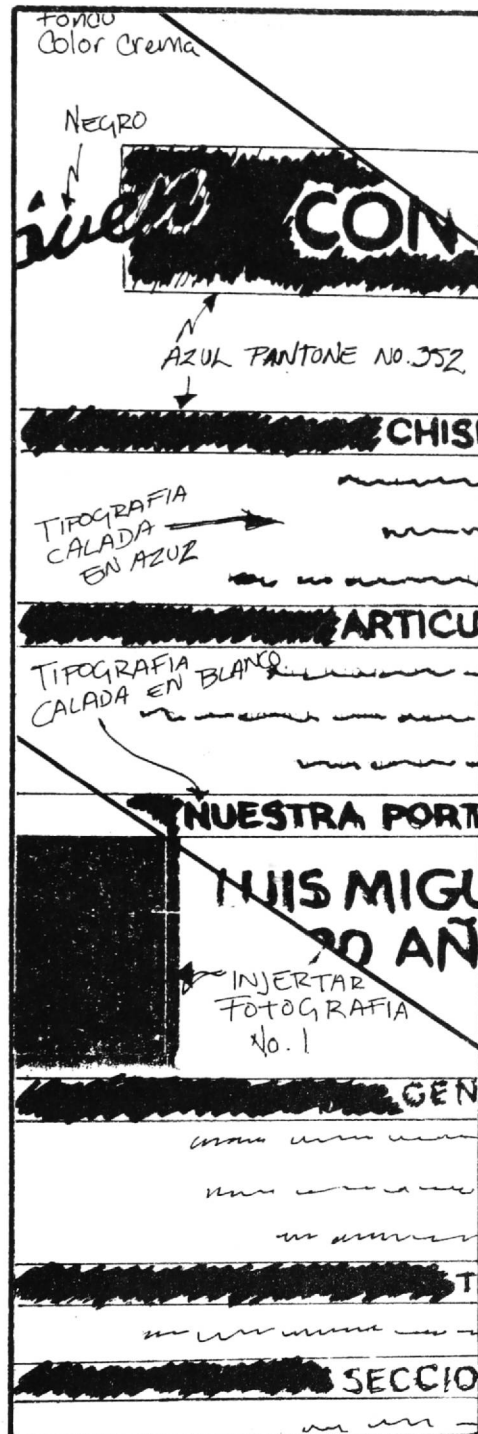
Para no ahogarse en la estructura de un **ORIGINAL** al realizar éste, puede dejarse abierto a correcciones en su proporción relativa, teniendo de este modo espacio en sus cuatro márgenes para poder ampliarlo, conservando la misma proporción, pero cuidando mucho de que no agrande demasiado ya que nuestra tipografía está calculada para determinada reducción.

Para el montaje de la tipografía, es preciso establecer una red cuidando mucho que todo quede bien a escuadra y tomando en cuenta la posición exacta de la misma. (tratado páginas atrás)

Cuando se dibujan directamente sobre el original ilustraciones o viñetas éstas deben ser realizadas antes de montar la tipografía, pero la distribución del formato, debe estar ya realizado, así como determinado el tamaño del mismo.

Si por el contrario se montaran copias de las viñetas, ilustraciones o fotografías queda a discreción del armador del original hacerlo antes, o después del montaje de la tipografía, los elementos deben montarse con un cemento de adhesivo, para poder hacer con toda





facilidad las correcciones pertinentes, pues sucede que éstas hay que removerlas muy a menudo.

Una vez realizado el montaje del original y cuando están todos los elementos que la componen incluso registros, guías de corte, etc., es preciso hacer una minuciosa revisión del mismo para efectuar los retoques necesarios, incluso la tipografía ya que es muy común que haya algunos tipos mordidos o desbalanceados.

En seguida se pone una camisa o cubierta de papel transparente, (albanene delgado, o mantequilla) y sobre sí se marca la guía de color, si los colores aplicados, no son exactamente los precisos que lleva en este caso ponerse una guía adicional en el margen con los tonos exactos.

En el caso que el impreso tenga dentro del tiro del producto de producción cambios, estos deben montarse en una cubierta adicional entre la cartulina base, y la guía de color, especificándose perfectamente bien.

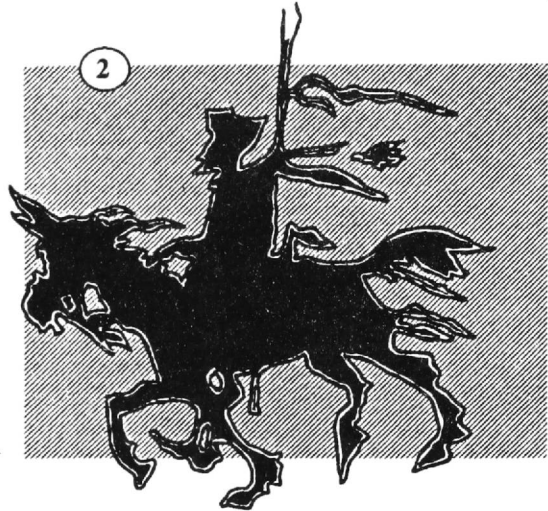
En ocasiones estos cambios van marcados en forma de mascarillas.

Cuando son varios cambios o, en otros casos, adaptaciones, deben hacerse en forma de **OREJAS o PESTAÑAS**, ya que es muy frecuente hacer cambios de títulos, cabezas, datos, especificaciones, supresión de elementos, ilustraciones o viñetas secundarias, o bien diferente tratamiento gráfico de las mismas ilustraciones.

Estas pestañas se adhieren en cualquiera de los cuatro márgenes y quedan en forma de parche movable, pero hay que tener cuidado, de no cubrir, ningún registro o guía de corte importante. Estos pueden calcarse, pero es preferible perforar la cubierta para que los registros sean fotografiados siempre en el mismo lugar y cuando se impriman, estos coincidan perfectamente dando lugar a un registro de impresión exacta.

DON QUIJOTE DE LA MANCHA

obra cumbre de
MIGUEL DE CERVANTES SAAVEDRA



Compañía Nacional de Teatro
Universidad Autónoma Metropolitana
Consejo Mundial de Artistas Plásticos

tienen el gusto de invitarle al estreno de esta magistral representación,
conmemorativa del V Centenario del Encuentro de Dos Mundos

viernes 12 de junio de 1992, 20:00 Hrs.

TEATRO DE LA CIUDAD

Donceles 36

Tel. 5 10 - 21 - 97



Al tamaño (17.5 cm)

1. Cabeza
2. Viñetas, ilustraciones, o fotos.
3. Cuerpos de texto o bloques tipográficos.
4. Pie de original

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

EL RECORRIDO VISUAL

COMO RECORRE LA VISTA UN ANUNCIO

Para llegar a crear verdaderos anuncios, que no sólo sean atractivos, bonitos, sino también diseñados, es preciso conocer la teoría del RECORRIDO VISUAL, explicada ampliamente, por el D.G. José Llobera, en uno de sus libros.

RECORRIDOS VISUALES

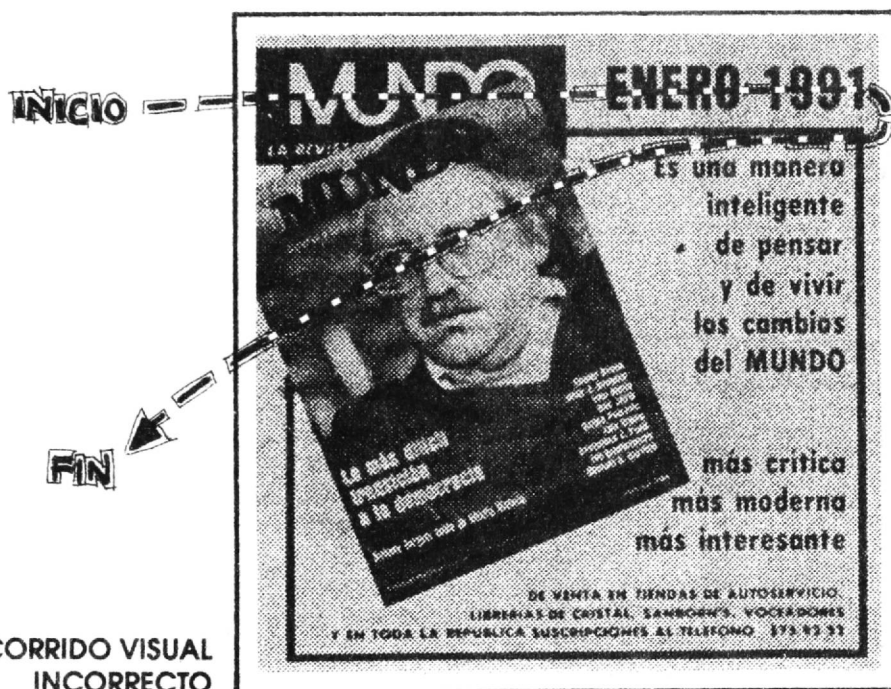
Para tratar estos conceptos nos apoyaremos casi al pie de la letra en diferentes conceptos manejados muy habilmente por José M. Parramón en varias de sus publicaciones, ya que él trata de manera sencilla y práctica estos recorridos visuales y los expresa sintéticamente llevándonos a comprenderlos casi a la perfección.

ANATOMIA DE UN ORIGINAL

Dice él que para llegar a dominar el layout del anuncio es preciso conocer a fondo un plan teórico de los errores, para que estos sean evitados.

Tomemos los elementos que forman parte de un original y distribuyamoslos de diferentes modos de tal manera que nos resulten monótonos y otros apretados, con un eje de simetría, lo cual en el diseño de un anuncio resulta improcedente ya que un buen anuncio, siempre debe ser asimétrico en su estructura visual.

Veamos un anuncio dispuesto en tal forma que resulte monótono, con un eje de simetría central, y observamos el recorrido visual.



RECORRIDO VISUAL
INCORRECTO



RECORRIDO VISUAL
CORRECTO

DISTRIBUCION MONOTONA Y AHOGADA.

"Cuando no prevemos mentalmente el lugar que debe ocupar cada elemento, es muy fácil caer en distribuciones muy ahogadas o demasiado monótonas".

Si empezamos por colocar la cabeza del anuncio el subtítulo, después de la ilustración veremos que estamos obligados a destinar mucho espacio al texto, midiendo que los elementos restantes tendrán que entrar como encajados en este formato.

"Por tanto la mirada choca por exceso de simetría en la conjunción del ángulo formado por la cabeza, el subtítulo y la parte superior de la ilustración provocando esto un efecto desagradable debido a la monotonía de la distribución, y a lo ahogado de la composición, pero si logramos pasar este obstáculo caeríamos en el siguiente error la viñeta colocada en el lugar más inadecuado, y el recorrido visual se escapará del anuncio por ahí sin enterarse siquiera de la razón social, que sabemos por principio que la vista sigue siempre la línea del menor esfuerzo."

[illegible]

DISTRIBUCION MONOTONA Y AHOGADA

Tiene demasiados elementos.
La fotografía nos saca del
anuncio. El recorrido visual es
confuso.

FORMATO MAL COMPUESTO

"Aún cuando hemos intentado dar una idea asimétrica al anuncio, siguen las equivocaciones; la cabeza del anuncio está demasiado "ahogada" con la ilustración, está ligeramente compensada con el subtítulo, pero no es suficiente para evitar el choque de la vista en su recorrido visual, cayendo en un defecto sumamente grave en el diseño gráfico: la figura mira exactamente FUERA DE CUADRO acarreado de este modo tras de sí la mirada del lector, haciendo que esta salga fuera del anuncio."

Pero supongamos que la mirada sigue en el anuncio; leemos el texto, y en otro defecto grave, se produce nuevo choque visual: la viñeta explicativa y el producto están nuevamente ahogados, deteniéndose la mirada en este punto, produciéndose un efecto desagradable y "resbalando" hacia afuera del anuncio, sin enterarse de nada más.

si se habla de inhibidores...

Minipres* (clorhidrato de prazosina)



**INHIBIDOR ESPECIFICO DE LOS
RECEPTORES ALFA 1 ADRENERGICOS**

Indicaciones: hipertensión arterial, angina de pecho, infarto de miocardio.
Contraindicaciones: insuficiencia cardíaca, insuficiencia renal, insuficiencia hepática, insuficiencia de la información de prescripción.

REG. N.º 70126 S.D.A.
CLAVE: 292413-0780
FARM. S. AGOSTINIANA PRINCE

FORMATO MAL COMPUESTO

La cabeza, aunque bien situada, se pierde con la fotografía; lo mismo sucede con el subtítulo en la parte inferior. La fotografía nos saca del anuncio.

POSIBLE SOLUCION A LOS DEFECTOS ANTERIORES.

Con los elementos con los que estamos trabajando podemos plantear una solución aceptable y aún podemos afirmar que no sólo aceptable sino buena, colocándolos en su orden, de tal modo, que dándole una distribución asimétrica en pequeño grado, logremos que la vista efectúe un recorrido lo más natural posible, sin que tenga que hacer un esfuerzo visual.

Situemos arriba, la cabeza, que funciona como frase sugestiva y en seguida la sub-cabeza justificándola a la izquierda; dejemos un poco de margen a la ilustración, de modo de que mire dentro del anuncio y logremos esto, colocándola a la derecha procurando darle aire entre la cabeza y la sub-cabeza de modo que la supuesta mirada de la figura de la ilustración se dirija al subtítulo, y en un sentido que pudiéramos llamar "denotado" nos mueve a leerlo, como podemos notar la ilustración quedó más grande y por lo tanto gráficamente más relevante.

A continuación el texto justificado a la derecha y siguiendo el ritmo asimétrico, la viñeta con su texto explicatorio para

terminar con el conjunto de "pie" justificado a la derecha.

Como podemos darnos cuenta, esta distribución queda compensada y equilibrada asimétricamente, y así el recorrido visual resulta fluido y natural y el lector se entera consciente o inconsciente de nuestro mensaje.

Como consecuencia de lo tratado, nos damos cuenta, que todas las leyes de la composición su aplicación en diseño gráfico, aún en su especialidad dentro de la publicidad, a pesar de que ésta trabaja con elementos muy diferentes, dentro de un mismo espacio.

Consideremos estos elementos en aspecto visual, como lo que son: masas que el diseñador debe "componer" visualmente, del mismo modo que un pintor arma un bodegón, un retrato o bien un paisaje.

Para lograr una buena composición, distribución y formato deben tenerse en cuenta tres conceptos básicos, que podríamos considerarlos como normas para lograr el fin deseado.

1. Establecer un conjunto armónico, dentro de una composición.
2. Evitar la monotonía en la distribución de las masas, y los blancos.
3. Lograr un asentamiento correcto de los elementos del anuncio, logrando de este modo un buen recorrido visual.

ANATOMIA DE UN ORIGINAL



ANUNCIO BIEN COMPUESTO

La cabeza se encuentra en la parte superior, centrada, con tipografía clara, legible y grande. Tiene suficiente aire a su alrededor, y no se pierde con la ilustración.

La ilustración (fotografía) se encuentra al centro del anuncio y lleva la atención visual hacia el producto (perfume) que se anuncia.

El nombre del producto y su marca se encuentran en la parte media-inferior.

- Ordenar las fechas de vencimiento de manera vertical.
- Cancelar con el sello de "DEVUELTO" la fecha de vencimiento a la entrega del libro

Esta publicación terminó de
imprimirse, en Noviembre de 1992
en los Talleres de la Universidad
Autónoma Metropolitana Azcapotzalco
se utilizó tipografía Avant Garde
Procesada por Computadora HP Vectra
la edición consta de 500 ejemplares.

